الرأي العام

وتأثره بالإعلام والدعاية

الكتاب الأول: الرأي العام

الكتاب الثاني: الإعلام والدعاية

تأليف

الدكتور محمد عبد القادر حاتم

الرأي العام

وتأثره بالإعلام والدعاية

الكتاب الأول: الرأي العام

الكتاب الثاني: الإعلام والدعاية

تأليف

الدكتور محمد عبد القادر حاتم

الرأي العام وتأثره بالإعلام والدعاية

مكتبة لبنان
بيروت

طبع في لبنان

ا

تـوْطئـة

«إنها أرض بلا شعب ونحن شعب بلا أرض»

هذه العبارة التي رفعتها الصهيونية كشعار لها في أواخر القرن التاسع عشر عن فلسطين ، لا زالت تتردد في أُذني كلما تذكرت المآسي التي تعرضنا لها منذ عام ١٩١٧ .. وهو عام وعد بلفور.

وما زلت أذكر المحاضرة التي ألقيتها ضمن عدد من المحاضرات في جامعة كمبردج . فقد بدأت هذه المحاضرة أمام أكثر من ألف شخص من سفراء بريطانيا في البلاد العربية وأساتذة هذه الجامعة ، وقلت :

« انه قبل عام ١٩١٧ كانت هناك فلسطين ، وبعد وعد بلفور عام ١٩١٧ نشأت مشكلة فلسطين .. وقتل الآلاف بسبب ما قاله وزير خارجية بريطانيا في ذلك الوقت ، عندما وعد الصهاينة هذا الوعد المشؤوم » .

وأخذت أُعدد المآسي والقتل والدمار والفناء بسبب وعد أعطاه من لا يملك لمن لا يستحق .

وهكذا عاشت المنطقة العربية فوق بحيرة من الدماء الدائمة التي لا تجف .. وقتل الابرياء والنساء والاطفال طوال سنوات عديدة حتى عام ١٩٧٠ ، وهو العام الذي ألقيت فيه هذه المحاضرة .

وانني أذكر أنه عقب إلقاء المحاضرة وقف سفير بريطاني سابق في البلاد العربية وقال :

« إنني أشعر — يا سيدي — كبريطاني ، بعقدة الذنب لما سببناه للشعب الفلسطيني والشعوب العربية من مآسي » .

وكانت هذه بداية لأن يقف عدد من أساتذة هذه الجامعة البريطانية العريقة يرددون .. « ماذا نفعل اليوم نحوكم » لقد سببنا لكم الكثير من القتلى في الماضي .. وسببنا لكم احتلال الصهاينة لبلادكم اليوم » .

وكان رأيي أنه يكفيني أن أسمع كلمة الحق ، وأن يتردد هذا القول ، وأن يقف الرأي العام العالمي بجانب قضيتنا التي يطلقون عليها اسم قضية الشرق الاوسط .

منذ عام ١٩١٧ حتى اليوم .. والمآسي تتكاثر علينا .

تارة كانوا يقولون إن فلسطين أرض بلا شعب ، ثم يحتلون أرضها ، ويستولون على خيراتها . ونحن في غياب عن العالم ، وفي عجز عن شرح حقنا المشروع .

وتارة أخرى كنا نسمع أن قناة السويس هي الشريان الحيوي للامبراطورية البريطانية العظمى التي كانت لا تغيب عنها الشمس . ولذلك يجب احتلالها من أجل تأمين المصالح البريطانية في آسيا ، بل إنهم قالوا إن قناة السويس ضرورية لبريطانيا التي كانت تملك الجوهرة الاساسية في التاج البريطاني وهي الهند ، ولذلك يجب احتلال منطقة قناة السويس على الاقل .

وتارة أخرى كنا نسمع أن منطقة الشرق الاوسط كلها منطقة حيوية ، وضرورة استراتيجية لحماية المصالح الغربية ، ولذلك يجب احتلال هذه المنطقة .

وتمر الايام واذا بأساطين السياسة يخرجون علينا بنظرية جديدة تزعم أن هذه المنطقة منطقة فراغ ، وكأنه لا يوجد شعب يعيش فوق أرضها ، وكأنهم كانوا يرددون ما زعمه الصهاينة حينما قالوا : تعالوا نحتل أرضاً بلا شعب لشعب بلا أرض .

وسمعنا أيضاً أن الأحلاف العسكرية ضرورية للغرب ، ويجب إقامة حزام حربي حول منطقة الشرق الاوسط حتى يتم تطويق الكتلة الشرقية .

ثم سمعنا بعد ذلك أن هذه المنطقة ضرورية وحيوية للمعسكر الغربي ، لأن هناك خوفاً متزايداً من الايديولوجية الشيوعية القادمة من الشمال .

واخيراً نسمع رأياً جديداً ونغمة جديدة تقول « ان منطقة الشرق الاوسط ضرورية للطاقة ، ولا يمكن للولايات المتحدة الامريكية أن تعيش بلا طاقة ، وفي هذه المنطقة يوجد البترول وهو الطاقة الاساسية الحيوية لكل شيء في حياة شعب الولايات المتحدة الامريكية » .

وقد ارتفعت هذه النغمة الجديدة بعد أن حدث الوفاق بين الكتلة الشرقية والكتلة الغربية .

هكذا كتب علينا نحن شعب هذه المنطقة أن نكون مطمعاً للطامعين فينا ، والغاصبين لأراضينا ، والناهبِينَ لثرواتنا وخيراتنا .

وهكذا قُدِّرَ علينا أن نتسلح بكل سلاح لنؤكد أن على هذه الارض شعباً، له حقوقه ، وله ثرواته ، وله خيراته ، وله فوق كل ذلك عزته وكرامته .

ونحن اذا لم نتسلح بكل الاسلحة الحديثة التي تمكننا من الدفاع عن حقنا ووجودنا وكياننا، فاننا سنظل دائماً هدفاً ومطمعاً لكل الذين يسلبون أرضنا وثرواتنا وخيراتنا . بل إننا نصبح عبيداً لهؤلاء الغزاة .

ان القضية اليوم تتطلب منا أن نتفهم بوضوح وعمق معنى سلاح الاعلام والدعاية ، وهو سلاح هام في دنيا امتدت بين أرضها وسمائها أساليب الاتصالات بين الشعوب ، وتعددت واشتدت وسائل هذه الاتصالات .

ان الذي يعرف كيف يدافع عن حقه سيكون له الحق ، وسيصل الى هذا الحق .

من هذا المفهوم كان اهتمامي بإصدار هذا الكتاب لشرح الاعلام ونظرياته في حالة السلم وفي حالة الحرب.

ولقد جعلت من عملي وسيلة لعلمي، ليكون علمي في خدمه عملي.

ان العلم هو الاعلام.. والعمل هو خدمة شعبنا العربي

لقد مضت عشرون عاماً من حياتي كرستها كلها لهذا العلم وهذا العمل، حتى يتحقق الامل، ويرفرف علم العروبة خفاقاً فوق الارض العربية.

ولكن.. هل الاعلام ضرورة سلمية أم حربية؟

إن جميع المنازعات العالمية لا تحتمل سوى حلين لا ثالث لهما، أولهما حربي والثاني سياسي.

والحل الاول له من المخاطر والمآسي ما لا يمكن إنكاره، بل إن أكثر الزعماء إيماناً بالنصر كثيراً ما ينهزمون في الحروب. والتاريخ السياسي خير شاهد على ذلك.

فبونابرت بما كان له من قدرات حربية خارقة، وطموح شخصي جبار، انهزم في موسكو، وانهزم في معركة الشعوب الشهيرة في لايبزيج، وانهزم في مصر.

وهتلر بما كان له من قوة حربية كان يظن أنه قادر على النصر بها، فأرهب العالم، ودخل الحرب وهو مؤمن بالانتصار ثم حدث ما يعرفه العالم كله من نتائج انكساره وهزيمته.

إننا نعيش في عصر الوفاق، وتبادل المصالح، وعلى هذا الاساس لجأت الدول الى الحلول السياسية لحل مشاكلها مع الدول الاخرى.

ولكن يحدث أحياناً أن تسلك الدول المعتدية مسلكاً آخر، فتعتمد على أسلوب العنف والسيطرة وترفض السلام، فلا يكون أمام الدول المعتدى عليها الا وسيلة واحدة وهي: حرب التحرير، والحصول على حقوقها بالوسائل التي تفهمها الدول المعتدية.

وسواء أكان الحل للمنازعات الدولية سياسياً أو حربياً ، فهناك عامل مشترك في هذه المنازعات هو : الاعلام والدعاية والرأي العام ، كما أن الدعاية ضرورية لمواجهة ما يقوم به الاعداء من تشويه للحقائق وتضليل للرأي العام .

ان الحكم في نهاية المطاف هو الرأي العام الذي قد يتأثر برأي معين ، أو يعتنق رأياً مخالفاً .

هذه هي سنة الخلق منذ نشأت الحياة فوق الارض .

ولكن .. ماذا نريد في أوقات السلم ؟

ان الناس يحتاجون الى الرخاء والتقدم . ولا يمكن حدوث رخاء وتقدم إلا بالاعلام عن الوسائل التي تودي اليهما . ذلك أن الرخاء والتقدم يحتاجان أيضاً الى رأي عام يقوم بدور فعّال يؤدي الى الوصول اليهما .

وهذه أيضاً سنة الحياة منذ نشأت الحياة ..

إن الاعلام ضرورة حربية وضرورة سلمية في وقت واحد .

إن الرأي العام هو القوة الاساسية في حركة الحياة سواء في الحرب أم في السلم.

ولذلك فانه من واجبنا أن نعرّف الاعلام وأن نعرّف بالاعلام بعد أن أصبح علماً وفناً . ومن واجبنا أيضاً أن نعرّف الرأي العام وأن نعرّف به بعد أن أصبح أداة علمية وفنية تسيطر على مقدرات العصر الذي نعيش فيه .

كلما تعقدت الحياة ، وتشابكت المشاكل ، واختلفت الآراء ، وكلما تقدم العلم والتكنولوجيا ، فاننا نجد نظريات الاعلام التي كان متعارفاً عليها بالامس، تتبدل وتتطور لتلائم مفاهيم الرأي العام الجديد الذي أصبح دائم التطور والتغير في عالم متطور متغير .

وهناك قضية أساسية تواجهنا في مجال التطبيق العملي للاعلام العربي ، وهي قضية الحرب والسلام .

ونحن، لسنا في حالة اللاحرب أو اللاسلم، بل يجب أن نتذكر بأننا في حالة حرب ولا سلم :

وهناك سؤال هام يطرح نفسه دائماً — لماذا نكثر الكلام في أجهزة الاعلام عن ضرورة المعركة ؟

أليس من الافضل أن نعد قواتنا ثم نفاجئ العدو بضربة مفاجئة مثل ما فعل معنا في حرب ١٩٦٧ ؟ «واستعينوا على قضاء حوائجكم بالكتمان» ..

وهنا يجدر بنا أن نقول .. إن الاعلام العلمي يتطلب منا أن ندرس الوضع دراسة علمية .. ولا نكون جامدين، ولنطبق نفس الاسلوب الذي اتبعه ديان في أول يونيو ١٩٦٧ حينما قال للصحفيين الاجانب .. ان اسرائيل لا قبل لها بالحرب، وستترك الامر كله بيد الدول الكبرى لتقرر ما يمكن عمله بالنسبة للمرور في شرم الشيخ .. وبناء على قوله هذا واستشهاده بأن جميع الجنود الاسرائيليين في إجازة على شواطئ البحر.. ومن يرغب في مشاهدتهم فليذهب ليراهم .. وقد كان فعلاً جميع الجنود على الشواطئ فشاهدهم المراسلون الاجانب وقرروا السفر من اسرائيل في يوم ٣ يونيو سنة ١٩٦٧ — ولكن في يوم ٥ يونيو ١٩٦٧ فاجأ ديان العالم بهجوم مباغت ..

ومن هنا نجد أن بعضاً من الآراء العربية تقول اليوم لماذا لا نتبع ما فعله ديان ، ونهاجم إسرائيل بطريقة المفاجأة بدون أي إعلان عن أننا في حالة حرب، بل أكثر من ذلك أنهم يقولون هل الذي سيحارب يقول دائماً إنه سيحارب ؟ .

ثم ألم نقل قبل حرب ١٩٦٧ بأننا سندخل الحرب واننا نمتلك أقوى قوة ضاربة في الشرق الاوسط .. وان اسرائيل ضعيفة لا تقوى على أي ضربة منا ؟ .

الحقيقة .. إن لكل حرب أسلوبها ونظامها الاعلامي ..

فاذا كان الاسلوب الذي اتبعناه في حرب ١٩٦٧ هو أسلوب خاطئ من ناحية الاعلام .. لدرجة أن قادة اسرائيل قالوا ان الاعلام العربي هو الذي كان سبباً في خسارة معركة العرب ؟

اذا كان أسلوبنا في الماضي خاطئاً .. فانه يجب دراسة الاعلام دراسة تحليلية وعلى أسس علمية ..

وتقدير الموقف الاعلامي اليوم في اوائل عام ١٩٧٣ يحتم علينا ان نذكر الحقيقة والصدق دائماً للشعب لان الشعب هو صاحب المصلحة العليا .. في مصيره.

اننا لا نجد في آفاق الموقف الدولي شيئاً اسمه الحل السلمي .. بل إنه لا خيار ولا بديل لنا إلا أن نحرر نحن بأنفسنا بلادنا .. ؟

قال الاصدقاء .. هذا القول ـ اما الاعداء فانهم وضعوا أمامنا كل العراقيل والمصاعب .. وهم في انتظار الاشارة التي سنعلنها عن الاستسلام ..

اذن .. فالموقف واضح .. وهو أنه لكي نحافظ على كرامتنا واسترداد حقنا لا بد من معركة مصيرية .. والسؤال الآن ـ لماذا نذكر دائماً كلمة المعركة ؟

والاجابة ببساطة اننا لا نقول في اعلامنا ما قلناه في عام ١٩٦٧ ـ بالتهويل عن قواتنا والتهوين من قوة العدو أو نقول القول اللامسئول بأننا سنلقي باسرائيل في البحر ، بل إننا نقول : كتب علينا القتال لكي نسترد حقنا .. وهذا حق وحقيقة فلا بد من أن نذكر أننا نستعد للقتال .. بدون تهويل في قواتنا أو تهوين من قوة العدو ـ بل إننا نقول إن المعركة القادمة ستكون فيها تضحيات ضخمة ، ويجب أن نستعد لهذه التضحيات من الناحية الاقتصادية والاجتماعية والعسكرية والمعنوية ..

ولا يمكن الاستعداد للتضحيات دون أن نذكر أننا سندخل المعركة وسنقاتل .. ! !

وهناك نقطة هامة من ناحية العالم الخارجي، فيجب أن نشعر العالم بهذه الحقيقة.. بأننا شعب لن يرضى أبداً مهما طال الزمن بأن يترك اسرائيل تحتل أراضينا؟ واذا لم نفعل نحن ذلك فان العالم لا يحترمنا .. إنّ العالم كله وقف ضد العدوان في فيتنام .. لان الشعب الفيتنامي أثبت وجوده .

اذن يجب أن نجعل مشكلة الشرق الاوسط مركز اهتمام دائماً — في العالم .. وان مصالح الدول كلها ستكون عرضة للخطر بسبب العدوان الاسرائيلي علينا . واذا بحثنا من ناحية الدول العربية .. فان الشعوب العربية مؤمنة بحقها، ولا بد أن نجعلها دائماً في حالة اهتمام مستمر حتى يوم المعركة .. لان هناك حملة نفسية ضارية علينا، هدفها إضعاف نفوس العرب . وأنهم لا يمكن أن يقاتلوا .. ولا يمكن أن ينتصروا ..

وهذه الحملة موجهة حتى الى داخل مصر في محاولة لبث روح الهزيمة . ومن واجبنا إذن أن نهيّء البلاد للقتال، وان نقول دائماً انه كتب عليكم القتال وهو كره لكم وعسى أن تكرهوا شيئاً وهو خير لكم وعسى أن تحبوا شيئاً وهو شر لكم والله يعلم وأنتم لا تعلمون .

ومن منطلق أهمية الاعداد للمعركة ومن منطلق تقديرنا للتضحيات الجسام .. فانه من واجبنا أن نضع كل فرد منا في مكان المعركة فعلاً، حتى لا يقال فيما بعد اننا لم نكن نعرف بأننا سنقاتل؟

وهناك رأي يقول : اذا أعلنا أننا ندخل معركة فقد يهاجمنا العدو الآن ..؟ والرد على ذلك انه إذا أراد العدو أن يهاجمنا في أي وقت فهذا شأنه .. ولكن دخولنا المعركة هو شأننا نحن .. وارادتنا نحن .. واننا يجب أن نستعد للدفاع عن أرضنا .. وهذا أمر حتمي وضروري وقائم .. ولم يعد سراً بأننا نقوم اليوم بالاستعداد لتحرير الارض، أي تكبيد العدو خسائر جسيمة في الاعماق مثل ما سيفعل هو نحونا في حالة القتال .

أما الناحية الاعلامية .. فان ظروفها اليوم تختلف عن عام ١٩٦٧ .. ويجب أن نذكر ثلاث نقاط أساسية وهامة :

أولاً : ان دخولنا معركة التحرير أمر ضروري وحتمي، ومعظم دول العالم دخلت معارك تحرير من أجل حقوقها .. فمعركتنا ليست حرباً عدوانية وليست لاغراض توسعية .. وانما هي معركة تحرير .. وكلمة تحرير .. مقبولة في العالم الخارجي أكثر من كلمة حرب ..

ولذلك فان معركتنا انما هي معركة استرداد الحق وردٌ للعدوان الغاشم الذي بذلنا من أجل رده كل الوسائل السلمية والقانونية فلم تجد شيئاً، فأصبح واجبنا أن نذكر دائماً اننا سندخل معركة تحرير ..

ثانياً : ان معركة التحرير لها عنصر هام وهو انها تقوم على تضحيات ضخمة، ومن واجبنا ان نستعد لهذه التضحيات ونعلن عنها بكل الوسائل الاعلامية .. وكيف لا نقول اننا لا نعلن عن دخولنا المعركة .. وسنطلب من الشعب قبول التضحيات الضخمة ؟

ثالثاً : يجب أن نؤمن بضرورة استرداد حقنا ونؤمن بالنصر على العدو لان إيماننا باسترداد الحق هو الذي يجعلنا نقاتل بقوة وإصرار .. كما وان ايماننا بأننا سننتصر في النهاية على العدو مهما طال الصراع ، وهذا الايمان نابع من وجداننا وهو نصف المعركة .

وكما قال « كلا وزفتز » رب الاستراتيجية في العالم .. ان الايمان بالعقيدة هو نصف النجاح .

ان كل الحروب التي انتصر اصحابها كان ايمانهم بالعقيدة والنصر هو أهم وسيلة للنجاح .

هل ننسى علامة V التي وضعها تشرشل على كل المعدات الحربية البريطانية وهم في أحلك أوقات الهزيمة حتى أصبحت شارة الايمان بالنصر.. ؟

ان الاسلوب الاعلامي الذي يلائم هذه الظروف التي نمر بها اليوم هو.. ان المعركة حتمية مع اسرائيل طالما هي محتلة لبلادنا .. وان وقت المعركة سيتحدد في الوقت المناسب .

ان المعركة القادمة لهـــا تضحيات جسام، يجب أن نتحملها طالما نريد العيش الكريم ..

إنه يجب الايمان باسترداد حقنا ..

ويجب أن نؤمن بأننا سننتصر طالما أننا نعمل من أجل النصر..

« ان شعارنا اليوم »

١ ـ معركة عنيفة حتمية .

٢ ـ تضحيات جسام نبذلها وخسائر ضخمة للعدو.

٣ ـ لن نترك حقنا .. حتى الاستشهاد .

٤ ـ إيمان بالنصر المبين .

إننا كشعب مؤمن بالسلام نستخدم سلاح الاعلام من أجل السلام ، ونتفادى الحروب والدمار والفناء . وهناك قوانين كثيرة تنص على أن الدعاية من أجل الحروب جريمة يعاقب عليها القانون .

ولكننا نحتاج الى قانون دولي معترف به من الجميع ، يعرض العقوبات التي تكفل منح أي إتجاه دعائي يحض على الكراهية والحروب . وقد تناولت هذا مع غيره من الدراسات في هذا الكتاب الذي يربط بين العمل والعلم ، وأرجو أن يجد فيه القارئ والدارس ما يحقق الآمال التي رجوتها حين قدمته . وان يفتح الطريق

أمام وعي اعلامي جديد في عالم جديد تتصارع فيه القوى ، ويقف شعبنا وسط الصراع مؤمناً بحقه في الحياة ، مدافعاً عن وجوده ومصيره وكيانه ، بكل ما يملك من طاقات وإمكانيات .

وما النصر إلا من عند الله .

والله ينصر المؤمنين ويثبت أقدامهم .

الدكتور محمد عبد القادر حاتم

الكتاب الأول

الرأي العام

كيفَ يُقاس ... كيف يُساس ؟

كيفَ يتكوّن ... كيف يتنبأ بهِ ... كيفَ يتطوّر ؟

مقدمة

أصبح الاعلام فى عصرنا علما له قواعده وأصوله ، ولم تعد الممارسة العملية وحدها كافية للتقدم فى مجالات الاعلام المختلفة من صحافة واذاعة وتليفزيون وسينما وغيرها من وسائل الاتصال بالجماهير .

ولذلك اتجهت الدول فى معظم بلاد العالم نحو انشاء المعاهد والمراكز المتخصصة فى دراسة علوم الاعلام وفنونه .

ولا تكاد تخلو جامعة من جامعات الدنيا من معهد للصحافة أو معهد للاعلام . وقد كانت جامعة القاهرة من الجامعات التى سبقت الى انشاء معهد للاعلام .

وقد سايرت حركة الدراسات الاعلامية فى مصر الحركات العالمية . وصدرت كتب متخصصة كثيرة فى مجالات الصحافة والاعلام . وكان لهذه الكتب فضل السبق فى التعريف بألوان شتى من العلوم الأساسية فى الاعلام .

ولما كان عصرنا ـ وهو عصر العلم والتقدم ـ يحتم مسايرة الأفكار العالمية فى مختلف المجالات ، ويؤكد أن كل نهضة علمية لا بد لها من الارتباط بالمستوى العالمى فى الفكر . فقد رأيت أن

أقدم هذا الكتاب عن (الرأى العــام) الى جمهرة القراء العرب كدراسة لهذا الموضــوع الحيوى يقوم أساسها على التفكير العلمى السائد فى عالمنا المعاصر ·

وعلى اختلاف المناهج والمدارس والأيديولوجيات التى تناولت دراســة الرأى العــام ، تجمعت أمامى صــورة واضحة هى هذه الصفحات التى أقدمها للقارىء ·

وقد تكون طبيعة بلادنا بحكم موقعها وتاريخها وحضــارتها وثقافتها هى التى مكنتنى من جــذب كل الخيوط التى كونت هذه الصورة ثم لونتها داخل اطار عربى ·

وسيرى القارىء أننى لم أقدم مذهبا من مذاهب دراسة الرأى العام اعتنقته مدرسة من المدارس الفكرية العديدة فى هذا المجال ، ولكننى قدمت دراسة لهذا الموضوع الهام بفكر عربى يستعين بآراء ومــذاهب كل الذين أتيحت لى مطالعــة آرائهم من الدارســين والفلاسفة والمتخصصين فى علوم الاعلام وما يرتبط بها من دراسات سياسية واجتماعية وسيكولوجية وتاريخية وغيرها ·

وقد كانت نقطــة الخطر فى دراســاتنا العلمية خــلال العصر الحديث أن بعض كبار البــاحثين عندنا صبغوا أنفســهم بألوان المدارس الفكرية التى انتسبوا اليها ، فكان يقال أن بعضها فرنسى وبعضها سكسونى ، وبعضها ألمانى الى غير ذلك من اتجاهات ·

واننى أعتقد أن المرحلة التى وصل اليها الفكر المصرى اليوم تحتم علينا الافادة من كل المدارس الفكرية العالمية بغير تحــديد

لواحدة منها ، وهى مرحلة حتمية فى تاريخنا العلمى لأن العالم من حولنا لم يعد فكرا منقسما من الناحية العلمية ، بل ان كل التقدم العلمى والتكنولوجى الذى حدث فى السنوات الأخيرة أكد بغير جدال أن البشر جميعا يتبادلون الخبرات العلمية فى كل المجالات ، حتى فى أخص خصائصها الفنية التى كانت تعتبر فى الماضى مظهرا من مظاهر المدارس الفكرية المنتسبة لشعب من الشعوب أو جنس من الأجناس • فكانت المدرسة الفرنسية تختص بالقانون والآداب، والمدرسة الألمانية تختص بالعلوم الطبيعية والكيمياء ، والمدرسة السكسونية تجمع أشتاتا من التخصصات فى الدراسات القديمة الى جانب الهندسة الصناعية والطب •

حقا أصبح العلم مشاعا فى هذا العصر ، ولم يعد ملكا لشعب من الشعوب أو جنس من الأجناس •

وبهذه النظرة تجمعت هذه الدراسة عن الرأى العام • وهو موضوع أعتبره أساسا فى دراسة كل علوم الاعلام ، وفى ممارسة العمل الاعلامى ذاته •

ذلك أن دراسة الموضوعات المتخصصة فى مجالات الاعلام على اختلافها وتعددها لا بد وأن ترجع أولا الى معرفة الانسان الذى تتعرف به وسائل الاتصال بالجماهير • ومعرفة هذا الانسان هى دراسة الرأى العام •

وقد يختلف الانسان من بيئة الى بيئة ، ولكنه يظل رغم كل الاختلافات البيئية انسانا •

واذا كانت العلوم الانسانية منذ عهد أرسطو وأفلاطون حتى اليـوم قد وضعت قواعـــد للدراســات السياســية والفلســفية والاجتماعية والنفسية ، وحققت القـــدر المشترك من النظريات العلمية التى تحكم تصرفات الانسان فى هذه المجـالات ، فان علم الرأى العام وهو من العلوم المستحدثة فى عالمنا المعاصر ، لا بد وأن يحقق هذا القدر المشترك من النظرية العلمية التى تحكم تصرفات الانسان ٠

اننا لا نستطيع أن نقول أن علوم الاعلام تم ارساء دعائمها على الأساس العلمى الثابت ، ولكن الذى لا شك فيه أنها تتجه نحو ارساء هذه الدعائم ٠ والسبب الأول فى ذلك ــ كما سيتبين للقارىء عند مطالعة هــذا الكتــاب ــ أن هذه العلوم الاعلامية تستند الى الدراسات العلمية السابقة فى علوم السياسة والاجتماع والنفس واللغــة وغيرها ، ثم تتخــذ لها مســارا آخر يرتبط بالأحــوال السياســية ، والظروف البيئية والتحركات البشرية حتى تتوثق صلاته بكل مظاهر الحياة التى نحياها ٠

وهذا المسار الجديد لا يتجه نحو المجهول ، بل انه يحــاول فى كل خطوة يخطوها أن يتعرف طريقــه ، ويتخـــذ من المشــاهدة والملاحظة والتجربة وسيلة علمية للوصول الى هدفه ٠

وبذلك أصبح تأصيل علوم الاعــلام من أهم ما يتجــه اليــه الدارسون لهذه العلوم ٠ وعلم (الرأى العام) من بين هذه العلوم وصل الى حقائق علمية ثابتة ، حددتهــا الدراسات الكثيرة التى كتبت عنه فى مختلف لغات العــالم خاصة بعد أن تقدمت وســائل

الاتصال بالجماهير بعد وصول الانسان الى القمر ، وبعد استخدام الأقمار الصناعية فى بث الكلمة المسموعة والصورة المرئية على سطح كوكبنا الأرضى • وكان هذا التقــدم العلمى الهائل مؤذنا بفتح صفحات جديدة فى هذا العلم الذى امتدت آفاقه الى المستقبل ، حتى أصبح علم دراسة المستقبل من العلوم التى يتناولها العلماء بأسلوب يقينى قائم على أساس ما وصلت اليه البشرية من تقدم تكنولوجى يرفض الرجم بالغيب والتخمين مما كانت تسلكه أجيــال ســابقة تطلعت الى المستقبل عن طريق الخرافات الموروثة •

اننى أرجو أن يجد القارىء العربى فى هذا الكتاب ما يرضيه، كما أرجو أن يجد الدارسون للاعلام والعاملون فى ميادينه ما يفتح أمامهم آفاقا جديدة من البحث ومن التجديد المستمر فى ممارستهم العملية •

وفق الله أمتنا الى اعادة صنع حياتها على أساس من العلم الذى تتطلع اليه دائما ، ومن الايمان الذى تستضىء به قلوبنا • انه على كل شىء قدير •

الفصل الأول

مفهوم الرأى العام قديما وحديثا

الفصل الأول

مفهوم « الرأى العام » قديما وحديثا

اذا تتبعنا المفاهيم والتعاريف التى وضعها الباحثون النظريون فى علم الاجتماع ، والباحثون فى علم السياسة ، وعلماء النفس الاجتماعى لمصطلح « الرأى العـام » فاننا لا نجد بينها الا اتفاقا يسيرا على المعنى الدقيق لهذا المصطلح ٠

ذلك أن هؤلاء الباحثين استخدموه بدلالات مختلفـة ٠ ففى بعض الأحيان ، استخدموه كاشارة الى المعتقدات الرائجة ، ومناخ الرأى ، والرأى السائد ، والقناعات المستقرة المصطلح عليها بين الجماعات ٠٠ وفى أحيان أخرى ، استخدموه كاشـارة الى عملية نشوء وتكوين الآراء بوصفها متميزة عن الناتج المترتب عليها ... كذلك استخدموه ، فى أحيان أخرى ، كاشارة الى المقولات والقضايا الناتجة عن عملية تفكير متزنة ومنطقية ، وذلك كنقيض للمقولات والقضايا المتحصلة عن طرق غير منطقية ٠٠٠ وهكذا دواليك !

ولن نحاول ، فى هذا الفصل ، أن نقدم عرضا تاريخيا كاملا لشتى التعاريف والمعانى والمفاهيم التى وضعها ، لهذا المصطلح ، باحثون ينتمون الى مدارس فكرية متباينة والى أزمنة وعصور مختلفة ٠

بل سنكتفى بمجرد السرد لنماذج من المحاولات القديمة غير المتعمدة التى كشفت عن تفهم جزئى لمفهوم « الرأى العـام » ، تعقبها نماذج من أهم وأروج المعانى والتعاريف والمفاهيم الحديثة العهـد ٠

(١)

فى الأزمنـة القديمة

على الرغم من أن **مصطلح « الرأى العام » لم يستخدم ، بهذا المسمى ، الا فى أواخر القرن الثامن عشر** ، نتيجة لظهور «الجماهير» الغفيرة بسبب النمو السكانى السريع حينذاك ، فان المناقشـات القديمة المتعلقة بالرأى العام لا تختلف كثيرا عن المناقشات الحديثة من حيث ادراك مدى النفوذ الذى يفرضه الرأى العام على تصرفات الانسان وحياته اليومية .

أما الاختلاف الوحيـد بين المناقشـات القديمة والمناقشـات الحديثة ، فى هذا الصدد ، فهو ذلك الذى يتعلق بادراك مدى النفوذ الذى يفرضة ، أو ينبغى أن يفرضه ، الرأى العـام على تصرفات الساسة والفلاسفة(١) .

ففى الأزمنة القديمة ، وفى المجتمعات البدائية ، كانت شتى ضروب التجديد تأتى ، عادة ، عن طريق تطبيق القواعد المتولدة **عن العادة** أكثر مما كانت تأتى **عن طريق المناقشة** وتكوين الرأى ، لأن ما كان يحدث ، فى الواقع ، هو مجرد **تداعى وتولد** المعتقدات والقيم الثابتة المستقرة المصطلح عليها والاجراءات التى جرت عليها

(١) Hans Speier, «The Historical Development of Public Opinion,» American Journal. Social, 33, 4: 376: 388.

العادة . ذلك أن تلك الأزمنة لم تشهد نشوءا ديناميكيا للأفكار ، اذ أن وجود تلك المجتمعات لم يكن يعني ، بالضرورة ، وجود الرأى العام بالمعنى المصطلح عليه ، أى بمعنى اعتناق الجماعات لأفكار نظرية تأملية بقصد تغيير وتطوير المؤسسات السائدة . ومرجع ذلك الى أن أفراد هذه المجتمعات كانوا يخضعون **لتأثير العادات أكثر مما كانوا يخضعون لسلطان الأفكار(١) .**

والواقع أنه كانت توجد فوارق كبيرة واضحة بين أنماط المجتمعات البدائية . لهذا ، فان الباحثين والعلماء المحدثين يبدون في تعميماتهم عن « الشعوب البدائية » حرصا يفوق ذلك الذى كان يبديه نظراؤهم قبل قرن مضى من الزمان . فابتداء من عام ١٩٠٠، قدم لنا الباحثون في علم الأجناس والسلالات أوصافا بالغة الاختلاف والتباين للتنظيم الاجتماعى فى الشعوب البدائية . والواقع أنه لم يكن هناك ما يمكن تسميته «رأى عام»؛ ذلك أن ماكان موجودا بالفعل هو مجرد فوارق بين **الشعوب البدائية من حيث نطاق ومجال التعبير الشخصي عن الرأى** . فأيا كان النظام السائد ، **فان الفرد كان محكوما بقيود وحدود التعبير التقليدى ، لا أكثر .**

---

(١) A. V. Dicey, «Law and Public Opinion in England», Mcmillan and Co., London, 1905, P. 3.

(٢)
فى النصف الأول من القرن الرابع قبل الميلاد

يلاحظ المتأمل أن كتابات أفلاطون (٤٢٧ ـ ٣٧٤ قبل الميلاد) تشكل مراجع عن الرأى العام أكثر فعالية من أية مراجع أخرى كتبت فى هذا الميـدان • ولا يعنى هذا أن أفلاطون كان يقصد شيئا من هذا القبيل ، بل ان الأمر على النقيض من ذلك تماما • غير أن كتاباته تشكل أساسا فكريا لدراسة الرأى العام ، لأنه عالج المقومات الجوهرية للتفكير وسلطانه •

ولقد كان أفلاطون « يحبذ قيام الدولة الارستقراطية ، من خلال النظر اليها باعتبارها دولـة ذات صبغة عقلانية وطبقية ، قائمة على أساس موافقة المحكومين وقبولهم ، ويكون فيها الحكام هم الأوصياء على الصالح العام »(١) •

وعلى الرغم من أن أفلاطون قد أدرك عناصر ما نطلق عليه الآن اسم « الرأى العام » فى مرحلتى المعرفة الأوليين ، فان اهتمامه، فى التحليل الأخير ، وعلى نحو ما تصوره المقتطفات السابقة ، كان موجها الى « الرؤيا القدسية » أكثر مما كان موجها الى « الشئون الدنيوية » •

---

(١) Raphael Demos, «The Philosophy of Plato» (New York : Charles Scribner's Sons, 1939) Pp. 219-239, 352, 360, 372.

(٣)

فى النصف الثانى من القرن الرابع قبل الميلاد

أما **أرسطو** (٣٨٤ ــ ٣٢٢ قبل الميلاد) فقد نحا منحى آخر ، وذلك بأن قال ان معرفة الشيء ، عند الاستخدام وبالتجربة المباشرة ، يختلف نوعيا **عن معرفة العالم له** ، وترتيبا على ذلك يمكن القول ، **بوثوق ان هـذه التجربة المباشرة ، بالذات ، للضغوط والاعباء المتعلقة بالحكم ، ولأثرها على الاهتمامات والأهداف البشرية ، هى ما يعبر عنه الرأى العام(١) ٠**

* * *

وقد اهتمت الأديان السماوية سواء اليهودية أو المسيحية أو الاسلام ٠٠ بالرأى العام ٠ الأمر الذى سنتناوله بالتفصيل فيما بعد ٠ بل ان هناك الكثيرين من كتاب وفلاسفة نشأوا فى ظل هذه الأديان تكلموا عن الرأى العام أكثر مما يتكلم عنه **فلاسفة اليوم** ٠

(١) George Sabine, «A History of Political Theory». «New York: Henry Holt and Co., 1937) P. 64.

(٤)

فى النصف الثانى من القرن السادس عشر الميلادى

أما شيكسبير (١٥٦٤ ـ ١٦١٦ ميلادية) ،فانه فريد عصره فى ادراك مفهوم « الرأى العام » **عن غير عمد أو قصد** ، ذلك أن كل عصر يرى فى كتاباته صورة ذاتية لهذا العصر ، على الرغم من أن شيكسبير ، شأنه فى ذلك شأن كل العباقرة ، كان نتاج عصره على نحو أكثر مما هو معترف به بشكل عام(١)

صحيح أن شيكسبير لم يضع ـ عن وعى وقصد ـ نظرية عن الرأى العام • غير أن كتاباته كانت ولا تزال موضوع دراسة أكثر تفصيلا مما حظيت به أية كتابات أخرى ، باستثناء الكتب المقدسة • لهذا ، قد يكون من المفيد أن نرى ماذا قاله فى هذا الشأن •

ويكفي ، كدليل على تصوير مدى ادراك شيكسبير لقوة الفكر وسـلطانه ، أن نذكر ما أجراه على لسـان « هاملت » من أنه « **لا يوجد شيء يمكن وصفه بأنه خير أو شر ، ذلك أن التفكير هو الذى يخلع عليه هذه الصفة أو تلك** » •

---

(١) A. L. Kroeber, «Configurations of Culture Growth» (Berkeley and Los Angeles: University of California Press, 1949)

ان شخصيات شيكسبير فى مسرحياته كانت مهيأة دائما لأن تصل الى قيم مطلقة من أمثال : أليست هناك عدالة فى السماء ؟ ألا يصل الشرير الى نتيجة فحواها أن الحياة هى حكاية مليئة بالصوت والصخب ، على نحو يجعلها لا تعنى شيئا ... حكاية يرويها أحمق ؟

بل ان احدى الخدمات الحيوية التى قدمها شيكسبير لمفهوم الرأى العام ، تتمثل فى قول هاملت « ان المرء قد يبتسم ويبتسم ، ومع ذلك يكون وغدا شريرا » ، هذا القول الذى لم يحظ بالاهتمام الكافى .

كذلك يقول شيكسبير على لسان أحد الشخصيات فى مسرحية من مسرحياته « ان الرأى العـام هو الجواد الذى يمتطى الحاكم صهوته »(١) .

لهذا ، استخلص « ديفيد م. هوايت » مما سلف ، أن شيكسبير، قبل أى كاتب انجليزى آخر بوقت طويل ، ودون أن يسبقه أحد فى أوروبا كلها ، باستثناء ميكافيللى ، قد فهم المضامين الحقيقية للحرب النفسية(٢) .

(١) Measure For Measure, Act 1, Scene 2.

(٢) David M. White, «Shakespeare and Pyschological Warfare», The Public Opinion Quarterly (Spring 1948, vol. 12, no. 1) P. 68.

(٥)

فى النصف الأول من القرن الثامن عشر

ذكر « ديفيد هيوم » (١٧١١ ــ ١٧٧٦ ميلادية) فى كتابه المعنون « بحث فى الفهم الانسانى » ، **أن الانسان كائن اجتماعى بقدر ما هو كائن مفكر** • غير أن الانسان ، لكى يعيش ، **لا يستطيع** أن يكون اجتماعيا مائة فى المائة أو مفكرا مائة فى المائة ، لهذا يتعين عليه أن يكون كائنا عاملا أيضا • لهذا يؤكد « ديفيد هيوم » أن الحياة التى يختلط فيها هذا الجانب وذاك ، هى الحياة التى تتلاءم ، الى أقصى حد ، مع الجنس البشرى •

ثم يمضى « ديفيد هيــوم » فيذكر فى أجزاء لاحقة من ذلك البحث أنه ما من شىء يفوق خيال الانسان حرية وانطلاقا • ذلك أنه على الرغم من أن هذا الخيال لا يســتطيع أن يتخطى المخزون الأصلى من الأفكار المدركة عن طريق الحواس ، فانه يتمتع بقدرة، لا حدود لها ، على التلاعب بالأفكار والخلط بينها ، سواء أكانت متخيلة تماما أم مدركات مرئية • فالعقل الانسانى يستطيع أن يبتدع ويتخيل سلسلة كاملة من الأحداث ثم يتصرف ازاءها كما لو كانت أحداثا حقيقية لا خيالية !

كذلك ، يعتقد « ديفيد هيوم » أن « **العادة** » **هى أكبر مرشد للحياة البشرية** •

(٦)

فى النصف الثانى من القرن الثامن عشر

كشف « جيمس ماديسون » (١٧٥١ ــ ١٨٣٦ ميلادية) فى كتابه المعنون « الاتحادى »(١) عن مفهوم ذى شقين لمصطلح « الرأى العام » .

أما الشق الأول ، فهو أن هناك مبادىء معينة للخلق الاجتماعى ، استخلصت منها حقوق معينة تشمل « حق الغالبية فى الحكم ما دامت تعمل داخل اطار العدل » . وأما الشق الثانى فهو « أن الطبيعة البشرية ، بحكم ما هى عليه من تكوين ، تحتم وضع ضوابط وموازنات للحكم حتى يمكن بذلك منع الرأى العام من أن يخرق مستويات العدالة التى يجب ألا تتبدل أو تتغير »(٢) .

ولقد شرح « ماديسون » ، بكل صراحة ، وجهة نظره عن المشاعر الانسانية ، حين قال فى الفصل العاشر من كتابه ما يلى : « .. وهكذا يتضح أن الأسباب الدفينة للتحزب والتشيع تكمن بذورها فى طبيعة الانسان ، ونحن نراها ، فى كل مكان ، تنطلق فى نشاط مختلف الدرجات بحسب اختلاف ظروف المجتمع المدنى . ذلك أن التحمس لوجهات نظر مختلفة بشأن الدين ، أو نظام الحكم ،

---

(١) «The Federalist».

(٢) Francis G. Wilson, «The Federalist on Public Opinion», The Public Opinion Quarterly (Winter, 1942; vol. 6 no. 4), P. 574. See also Henry Steele Commager's introduction to «Selections From the Federalist» (New York: Appleton Century-Crofts, 1949.

وكثير من الموضوعات الأخرى ، فضلا عن التكهن بنوع السلوك ، وكذا الارتباط بقادة مختلفين يتطلعون بطموح الى المجد والسلطان، أو الارتباط بأشخاص ذوى صفات أخرى حظيت أقدارهم باهتمام المشاعر الانسانية ... كل هذه العوامل قسمت ، بنى البشر الى شيع وأحزاب ، وألهبتهم بعداوة متبادلة ، وجعلتهم معرضين لقمع وسحق بعضهم البعض أكثر مما جعلتهم ميالين للتعاون من أجل صالحهم العام ، بل ان هذا الميل من جانب بنى البشر الى الوقوع فى محظور العداوة المتبادلة يبلغ من القوة حدا من شأنه ــ ما لم يطرأ ظرف بالغ الأهمية يفرض نفسه على الأحداث فرضا ــ أن تصبح أسباب التميز والتفاوت البالغة الضآلة والبالغة التطرف كافية لاشعال عواطفهم غير الودية ولاستثارة أعنف المنازعات بينهم . غير أن أكثر مصادر التحزب والتشيع دواما وعمومية انما تتمثل فى التوزيع المتفاوت وغير المتساوى للمتلكات . فأولئك الذين يملكون وأولئك الذين لا يملكون كانوا يشكلون دائما أطراف مصالح متباينة ومتفاوتة فى المجتمع ... وأولئك الذين يكونون دائنين وأولئك الذين يكونون مدينين ، يشكلون طائفتين متنافرتين ... والاهتمام بالعقار ، والاهتمام بالصناعة ، والاهتمام بالتجارة ، والاهتمام بالمال ... كل هذه الاهتمامات وغيرها مما هو أقل منها شأنا ــ وهو كثير ــ ينجم عن ضرورة فى الأمم المتحضرة ، كما أنه يقسم الناس الى طبقات مختلفة تحركها وتثيرها مشاعر ووجهات نظر مختلفة . وتنظيم هذه الاهتمامات المختلفة والمتداخلة فى بعضها البعض ، يشكل المهمة الرئيسية للتشريع الحديث ، ويربط روح الجماعة والشيعة والحزب بالعمليات الضرورية والعادية اللازمة لممارسة الحكم »(١) .

---

(١) Henry Cabot Lodge (editor), «The Federalist» (New York: G. P. Putnam's Sons, 1888, Pp. 53-54.

(٧)

فى أواخر القرن الثامن عشر

وفى أواخر القرن الثامن عشر قال « جوفرنير موريس » Gouverneur Morris (١٧٥٢ ـ ١٨١٦ ميلادية) « ان الناس لا يتصرفون ، على الاطلاق ، بدافع من التعقل وحده ؛ بل ان الحمقى الذين يملكون قدرا من المعرفة ، هم الذين يفعلون ذلك » ٠

* * *

كذلك تحدث « الكسندر هاملتون » Alexander Hamilton (١٧٥٧ ـ ١٨٠٤ ميلادية) ، باستخفاف ، عما أسماه « رعونة الديمقراطية ، حيث يندر أن يتخذ الشعب حكما أو قرارا سليما »٠

والواقع أن هذه الصيحات كانت صيحات صريحة من جانب رجال محافظين ٠ ولعل المحافظين المحدثين لا يمانعون فى أن يعربوا عن تقاليد من هذا القبيل لولا أن مناخ الرأى فى الوقت الحاضر يخرسهم ويمنعهم من أن يفعلوا ذلك ٠

* * *

غير أن الأمر لم يكن كذلك فيما مضى ، وخاصة فيما يتعلق بالصفوة الممتازة ٠ فقبل قرن ونصف قرن من الزمان ، وقبل أن يصبح « جون آدامز » John Adams (١٧٣٥ ـ ١٨٢٦ ميلادية)

الرئيس الثانى للجمهورية الأمريكية ، قال « ان الشـعب فى شتى الأمم ينقسم ، بالطبيعة ، الى شطرين أحدهما «السادة المنهدمون» والآخر « عامة الشعب » • أما عامة الشعب ، فانهم لا ينتظر منهم أن يصلوا الى آراء ذات أهمية أو مغزى » •

ولقد كانت هذه التحفظات بمثابة تحفظات فكرية من جانب رجال تلك العصـور • وهى تحفظات لم تصدر نتيجـة للصالح الشخصى الاجتماعى والسياسى فقط ، بل صدرت فى فترات كان فيها ذوو العقول الراجحة من الآباء الأولين ينظرون الى الديمقراطية الشعبية نظرة شك وارتياب •

والواقع ان الناس ، بحكم طبائعهم ومؤسساتهم ، ينقسمون الى فريقين • أما الفريق الأول ، فانه يخشى الشعب ولا يثق فيه ، ومن ثم يميل الى سحب كل السلطة منه ليضعها فى أيدى الطبقات العليا • وأما الفريق الثانى ، فهو ذلك الذى يرتبط بالشعب ويثق فيه ويعتبره أكثر مستودعات الاهتمامات العامة أمانة وأمنا ، حتى ولو لم يكن أكثرها حصافة وحكمة •

ويوجد هذان الفريقان من الناس فى شتى الأمم ، ويعبر كل منهما عن هذا الرأى أو ذاك •

(٨)

فى أوائل القرن التاسع عشر

فى عام ١٨٣٥ ، نشر « الكسيس دى توكفيل » Alexis de Tocqueville (١٨٠٥ ـ ١٨٥٩) الفيلسوف الاجتماعى، والسياسى ، والرحالة الفرنسى كتابا بعنوان : « الديمقراطية فى أمريكا »(١) ظل منذ صدوره فى باريس يحظى باهتمام بالغ ، حتى لقد نشرت منه طبعات عديدة ·

ولقد وضع « دى توكفيل » ، فى هذا الكتاب ، تقويما أساسيا للرأى العام الأمريكى حين قال : « لا يوجد فى العالم بشتى مناطقه الواسعة ، فيلسوف الا ويعتنق ملايين المعتقدات عن الشعوب الأخرى ، كما أنه يفترض من الحقائق أكثر مما يبديه عن هذه الشعوب ··· وعلى كل حال ، فلا بد أن تكون هناك نظرية عن السلطة تعرض دائما لمثل هذا الفيلسوف ··· ومن ثم لا تكون المسألة هى معرفة ما اذا كانت السلطة الفكرية الفردية كائنة فى عصور الديمقراطية أم لا ، بل تكون المسألة هى ، ببساطة ، معرفة أين تكمن هذه السلطة وبأية مقاييس يمكن قياسها ··· وفى الولايات المتحدة ، فان الغالبية ، تمارس مهمة وضع عديد من الآراء « الجاهزة » ليعتنقها الأفراد الذين أزيح عن كاهلهم عبء صياغة مثل هذه الآراء لأنفسهم · فهناك ، يعتنق كل فرد عددا كبيرا من النظريات بشأن الفلسفة والأخلاق ، والسياسة ؛ يعتنقها دون

---

(١) «Democracy in America».

فحص ، اعتمادا على واضعيها الذين يتمتعون بالثقة الشعبية ···
وهكذا ، فان السلطة الفكرية تكون مختلفة ، بيد أنها لن تتلاشى ·
بل انني ، بدلا من التفكير فى أنها ستختفى أو تتلاشى ، أميل الى
المحاجاة بأنها قد تحظى بقدر كبير من الشيوع والسلطان ، بحيث
تجعل عملية اصدار الحكم الفردى محصورة فى حدود ضيقة لا فى
حدود واسعة تجعلها شاملة بحيث تستوعب كل عظمة أو سعادة
الجنس البشرى قاطبة ··· وفيما يتعلق بنظرية المساواة ، فاننى
أستطيع أن أميز ، بسهولة ووضوح ، بين اتجاهين ، يقود أحدهما
عقل كل فرد من الأفراد الى الأفكار بدون تفحص ، ويميل ثانيهما
الى منع هذا العقل من التفكير على الاطلاق ··· وانى لأستطيع أن
أدرك ، الآن ، كيف أنه فى ظل سيطرة قوانين معينة ، تطفىء
الديمقراطية جذوة الحرية العقلية التى تكون الأوضاع الديمقراطية
الاجتماعية مواتية لها ، بحيث أنه ، بعد أن تتقطع كل القيود التى
كانت مفروضة عليها من جانب ذوى السلطان أو الرجال العاديين ،
يصبح العقل الانسانى مقيدا - باحكام - بقيود الارادة العامة
للأعداد الغفيرة جدا من أفراد الشعب ··· وانه لمن العسير جدا
أن يحصل المرء ، من ·· أولئك الذين يعيشون فى ظل الديمقراطية،
على معلومات ذات بال اللهم الا اذا تحدث المرء اليهم عن أنفسهم ...
فالحياة تمضى فى خضم الضجيج والاثارة ، والناس يكونون منهمكين
فى نشاطهم بحيث لا يتاح لهم الا وقت قصير جدا للتفكير ···
وعندما تكون الأوضاع الاجتماعية متكافئة ، فان الرأى العام
يلقى بثقل كبير جدا على عقل كل فرد ، فيحيط به ويحاصره ويوجهه
ويقمعه ... ومن ثم ، فأيا كان شكل تنظيم قوى المجتمع الديمقراطى
وأيا كان شكل توازنها ، فانه يكون من العسير جدا ، دائماً ، الاعتقاد
بما ترفضه غالبية الشعب، أو الاعراب والترويج لما تلفظه وتستنكره
هذه الغالبية ··· فمثل هذا الظرف هو - على نحو غير طبيعى - ،

ظرف ملائم لاستقرار الرأى •• فعندما تكون للرأى جذور ضاربة في أعماق الشعب الديمقراطى ، وعندما يكون هذا الرأى قد أقام لنفسه صرحا فى عقول غالبية المجتمع الديمقراطى ، فانه ـ أى الرأى ـ يحافظ على نفسه بنفسه ويصون نفسه بغير كبير عناء »(١) •

* * *

ويصدق ، فى هذا الصدد ، ما قاله « جيمس برايس » James Bryce (١٨٣٨ ـ ١٩٢٢) فى كتابه المعنون « الكومنولث الأمريكى »(٢) من أن نقطة الضعف الرئيسية فى نظام الحكم الأمريكى والشعب الأمريكى أيضا ، على نحو ما أوضح « دى توكفيل » ، هى **طغيان الغالبية** • ولئن كان « برايس » ، على ما يبدو ، قد استخلص هذا الرأى نتيجة لاستعراض أسرع مما ينبغى لآراء «دى توكفيل»، فانه من الواضح فى الوقت ذاته ، أن « **دى توكفيل** » **كان يخشى ـ فعلا ـ نشوء موقف يحكم فيه الرأى العام ، دون أن يسمح ـ الى حد كاف ـ بالتعبير الفردى عن الذات** •

وعلى كل حال ، فان « برايس » يميز بين أربع مراحل اجتازها تطور الرأى من حالته اللاوعية والسلبية الى حالته الواعية والايجابية • أما هذه المراحل الأربع فهى :

المرحلة الأولى : انصياع الرأى لارادة الحاكم •

---

(١) Alexis de Toqueville, «Democracy in America» (New York: A. S. Barnes and Co. 1904 edition) vol. 2. Pp. 8, 10, 276, 277, 278.

(٢) «The American Commonwealth».

المرحلة الثانية : نشوء نزاع تتم تسويته باستخدام القوة ٠

المرحلة الثالثة : تسوية المنازعات بالالتجاء الى « سيادة الغالبية » عن طريق الانتخابات ٠

المرحلة الرابعة : التوصل ــ اذا أمكن ذلك ــ الى تنظيم جديد من شأنه تقرير ارادة الشعب في كل وقت ٠

غير أن « برايس » يعتقد أنه من غير المحتمل بلوغ المرحلة الرابعة ؛ هذه المرحلة التى يمكن أن توصف الأوضاع فيها بعبارة محددة هى « حكم الرأى العام » ، ذلك « أن الرأى العام ، لا يكون مسيطرا فقط ، بل يكون حاكما بالفعل »(١) ٠

وباختصار ، فان وجهة نظر « برايس » ــ على ما يبدو ــ هى أن الرأى العام يبرز باعتباره أقوى مصدر من مصادر السلطة ، باعتباره السيد لرؤساء الدول ، أو أعضاء الكونجرس ، أو حكومات الولايات أو ما شاكلهم ، فالجميع خدام له ويرتعدون أمامه ! ٠٠٠ أى أن « القوة الهائلة التى يتمتع بها الرأى العام تشكل خطرا على أفراد الشعب أنفسهم مثلما تشكل خطرا على قادتهم ٠٠٠ انها تكف عن أن تجعل منهم منهم طغاة ، بيد أنها تملأهم بثقة لا مبرر لها فى حكمهم وفضائلهم وحريتهم »(٢) ٠

(١) James Bryce, «the American Commonwealth», P. 263.

(٢) Ibid, P. 365. For additional discussion of Bryce, see Francis G. Wilson, «James Bryce on Public Opinion: Fifty Years Later», The Public Opinion Quarterly (July 1939, vol. 3, No. 3, Pp. 420-435).

(٩)

فى منتصف القرن التاسع عشر

قبل قرن مضى من الزمان ، أعلن « و٠ أ٠ ماكينون » W. A. Mackinnon ما يلى « ان الرأى العام يوصف بأنه تلك العاطفة ازاء موضوع معين ، التى يرحب بها أكثر أعضاء الجماعة اطلاعا وذكاء وتمسكا بالأخلاق ، هذه العاطفة التى لا تفتا تنتشر وتعتنق تدريجيا من جانب جميع الأشخاص تقريبا الذين تتكون منهم جماعة متعلمة ذات مشاعر سوية تعيش فى دولة متمدينة متحضرة »(١) ٠

* * *

بينما كتب « س٠ هـ٠ كوولى » C. H. Cooley يقول :
ان الرأى العام ، اذا شئنا أن ننظر اليه من حيث حقيقته ، يجب أن نعتبره عملية عضوية لا مجرد حالة اتفاق حيال مسألة من مسائل وقتنا الراهن »(٢) ٠

---

(١) W. Mackinnon.

(٢) C. H. Cooley, «Social Organization», Charles Scribners Sons, New York, 1909, Pp. 123, 124.

(١٠)
فى أواخر القرن التاسع عشر

فى عام ١٨٨٧ ، أصدر « **فرديناند تونيز** » Ferdinand Tonnies **الطبعة الأولى من كتابه المعنون** «Gemeinschaft and Gesellschaft» **– أى تفكير الجماعة ، وتفكير المجتمع –** ، هذا الكتاب الذى ظل « تونيز » منذ ذلك الحين حتى موته سنة ١٩٣٦ ، يوسع فيه ويراجع أفكاره الأساسية .

وخلاصة ما جاء فى هذا الكتاب ، هى أنه يوجد نمطان من أنماط التفكير ، أولهما هو ما يسميه « تونيز » : Gemeinschaft **أى – بصرف النظر عن مدى دقة الترجمة – « تفكير الجماعة » . وثانيهما هو ما يسميه « تونيز » :** Gesellschaft **أى – بصرف النظر عن مدى دقة الترجمة أيضا – « تفكير المجتمع » . فعندما تسود « الارادة الطبيعية » فان معنى ذلك سيادة « تفكير الجماعة » ، ولكن عندما تسود « الارادة العقلية » فان معنى ذلك سيادة « تفكير المجتمع » .** « وهناك ، بالطبع ، أنماط كثيرة من أنماط العلاقات المتبادلة بين « الجماعة » و « المجتمع » . ذلك أنه لا يوجد نمط واحد صرف من هذه الأنماط ، بل يوجد دائما ميل نحو هذا النمط أو ذاك . ففى العصور الوسطى ، مثلا ، كانت توجد حياة عائلية بسيطة ، حياة جماعات ، حياة أبوية ... أما الآن فتوجد حياة ذات تركيب اجتماعى ينتمى الى عصر الذرة ، والنشاط الفائق ، والأعمال التجارية القائمة على الحسابات الدقيقة وابتلاع الكبير

للصغير ... أى أن مرحلة « الجماعة » تتميز بأنها مرحلة التوافق فى الحياة العائلية ، وحيـاة الشرائع والجاليات ، والمعتقـدات ، والدين • أما مرحلة «المجتمع » فانها تتميز بأنها مرحلة الاقتناع الفكرى ، بالنسبة لترتيب الحياة الشـخصية الفردية ، ومرحلة التشريع بالنسبة للحياة الوطنية والقومية ، ومرحلة الرأى العام بالنسبة للحياة الواسعة النطاق على مستوى العالم بأسره»(١) •

ويصف « تونيز » الحياة التى نحياها اليوم ، تقريبا ، على النحو التالى : « انها أشكال الارادة العقلية التى تضع الفرد ، بوصفه شخصا يعطى ويأخذ ، فى مواجهة الطبيعة بأسرها • فالانسان يحاول السيطرة على الطبيعة والأخذ منها أكثر مما يعطيها • غير أنه ، من خلال الطبيعة ، يواجه الانسان بارادة عقلية أخرى تسعى الى نفس الهدف أيضا ، أى يواجـه بفرد آخر يريد أن يكسب على حسابه ... وفى كل الحالات ، فان الشخص الذى ينتمى تفكيره الى « تفكير المجتمع » Gesellschaft سواء أكان يعتبر نفسه السيد الآمر فى ثروته ، أو السيد الآمر فقط فى جهده الجسمانى وقدرته على العمل أو أية قدرات أخرى ـ هو الذى يكون دائما ، طموحا ومدبرا وقادرا على تقبل الأفـكار تقبلا انتقاديا ، وقادرا عـلى استخدامها على النحو الذى يحقق أغراضه ومصالحه »(٢) •

كذلك يقرر « تونيز » أن وظيفة رئيسية من وظائف الرأى العام فى تنظيم « المجتمع » هى اختزال أخلاقيات ذلك الطراز من الحياة بقصد تحويلها الى قواعد ومناهج • وبالنسبة للرأى العام ،

---

(١) Ferdinand Tonnies, «Fundamental Concepts of Sociology» (New York: American Book Company) Pp. 270 — 271. Translated and Supplemented by Charles P. Loomis.

(٢) Ibid, Pp. 161, 192, 193.

فانه يكون من اليسير التماس القوى ذات الطغيان ضد الطبقات السفلى ، مثلما يكون من اليسير طلب منح الحرية للطبقات العليا • والصحافة هى السلاح الحقيقى للرأى العام • انها « سلاح وأداة فى أيدى أولئك الذين يعرفون كيف يستخدمونها ويعرفون كيف يجعلونها تخدمهم »(١) •

والخلاصة ، فى رأى « تونيز » ، أنه فى « الجماعة » فان ما يسود هو المعتقدات الشعبية الشائعة التى يجب التمييز — بدقة — بينها وبين الأحكام الاجتماعية التى يشار اليها بوصفها « الرأى العام ». ذلك أن الرأى العـــام ، فى مفهومنا ، هو ما يتصل بالموضوعات المتنازع عليها القابلة للجدل والمناقشة بالنسبة للجماهير المعنية ، لا تلك الضروب من الحياة العقلية الثابتة ثباتا نسبيا •

* * *

كذلك شهدت نهاية القرن التاســع عشر كتابات « جوستاف لوبون » Gustav Lebon العــالم الاجتماعى الذى كان أحــد أوائل الذين أدركوا فكرة « الجمهرة » و « التكتل الشعبى » بمفهومها الحديث • فقد استخلص من دراساته وبحوثه أنه فى العقل الجماعى ، تضعف القابلية للتفكير الشخصى الفرد ى، « ذلك ان الخصائص المختلفة تطغى عليهـــا الخصـــائص المؤتلفة كما أن الخصــائص غير الواعية تصبح ذات اليد الطولى »(٢) • وفضلا عن ذلك فان الجماهير تفكر فى شكل « صور » لا تكون ، فى الأغلب ، ذات علاقات وصلات منطقية(٣) • كذلك فان الجماهير لا تدرك الا العواطف

---

(١) Ibid, P. 256.

(٢) Gustav Lebon, «The Crowd-A Study of the Popular Mind» (London: T. Fisher Unwin, 1896 (translation) P. 32.

(٣) Ibid, Pp. 45-46.

البسيطة والمتطرفة ، كما أن الآراء والأفكار والمعتقـدات التى توحى اليها انما يتم قبولها أو رفضها ككل ، أى باعتبـارها اما حقائق مطلقة واما أكاذيب مطلقة(١) .

* * *

كذلك كتب « أ. ف. دايسي » A. V. Dicey عن الرأى العام باعتباره مجموعة من المعتقـدات والقيم والتحزبات ، فضلا عن التيارات التى تلتقى معا نتيجة لمناقشة الموضوعات والمسائل المتنازع عليها القابلة للجدل .

والواقع أن قلائل هم أولئك الذين أكدوا على أهمية الرأى العام أكثر مما أكد « دايسى » ، كما أن قلائل هم أولئك الذين كانوا أكثر خوفا من نفوذ الرأى العام مما كان « دايسى » .

ولقد جاءت كتابات « دايسى » فى شكل محاضرات دأب على القائها عام ١٨٩٨ ، عن العلاقة بين الرأى العـام والقانون فى بريطانيا ، فى القرن التاسع عشر ، ثم جمعت هذه المحاضرات ، بعد ذلك بسنوات قلائل ، فى شكل كتاب بعنوان : محاضرات حول العلاقة بين القانون والرأى العام فى انجلترا ، فى أثناء القرن التاسع عشر(٢) .

ويبدأ « دايسى » المحاضرة الأولى بقوله ان الغرض منها هو الكشف عن الاعتماد الوثيق للتشريع ، فى انجلترا فى أثناء القرن

---

(١) Ibid, P. 59.

(٢) A. V. Dicey, «Lectures on the Relation Between Law and Public Opinion in England During the Nineteenth Century».

التاسع عشر ، على التيارات المختلفة للرأى العام • وجاء فى هامش عن هذه الجملة الأولى من محاضرته ، اشارة الى ان « نابليون » قال ذات يوم ، « ان الرأى هو الذى يحكم كل شىء » •

وقد كانت اراء « دايسى » عنصرية اسـتعمارية سارت عليها الامبراطورية البريطانية •

ويرى «دايسى » أن الرق استند فى بقائه الى رأى الأرقاء أنفسهم • ذلك ان « هؤلاء الزنوج ـ على حد قوله ـ أطاعوا ملاك الأرقاء نتيجـة لرأى ـ بصرف النظر عن مدى صحته أو عـدم صحته ـ مؤداه أنه ، فى المدى البعيد ، فان الأرقاء اذا ما دخلوا فى نزاع مع سادتهم ، فلن يكتب لهم الا سوء العاقبة ، وفضلا عن ذلك فان عادة الطاعة والاستسلام ، التى كانت تفرض عليهم نتيجة لعقاب المتذمرين والثائرين منهم ، كانت مستندة الى مجموعة من العواطف المتشـابكة المعقدة مثل الاعجاب بشجاعة وسـمو هؤلاء السادة ، أو مثل العرفان بالجميل نتيجة للعطف ، وهى عواطف لا يمكن اختزالها الى مجرد شكل من أشكال الخوف ، بقدر ما هى ضرب من ضروب الجو الأخلاقى أو الأدبى السائد • وباختصار ، فان السادة البيض قد سـادوا الأرقاء بفضل ذلك الرأى الذى اعتنقه الأرقاء أنفسهم أكثر مما اعتنقه هؤلاء السادة ؛ ونعنى بذلك رأى الأرقاء أنفسـهم القائل بأن ملاكهم كانوا يتمتعون بخصائص منحتهم القدرة ، بل الحق فى أن يكونوا سادة »(١) •

---

(١) Ibid, Pp. 2-3.

(١١)

فى مطلع القرن العشرين

شهد مطلع القرن العشرين كتابات أخرى عن الرأى العام ؛ فمثلا كان « ادوارد ألسورث روس » Edward Alsworth Ross العالم الاجتمـــاعى ، أحد أوائل أولئك الذين أدركوا ، ادراكا كاملا ، الطريقة التى يعمل بها الرأى العام ، فقد كتب يقول : « ما من أحد ، الا فيما ندر ، يستطيع أن يعتبر ما يفعله عملا صائبا عادلا اذا ما اعتبره الآخرون عملا خاطئا أحمق ... كذلك ما من أحد ، الا فيما ندر ، يستطيع أن يعتبر نفسه بطلا اذا ما كان العالم كله يعتبره شريرا »(١) . ثم يمضى « روس » قائلا « ان أول قوة يملكها الناس ازاء الفرد هى قدرتهم على اطلاقه ضد نفسه ووضعه فوق طريق الآراء التى يعتنقهـا بصرف النظر عن مدى جودتهـا أو رداءتها(٢) ؛ أما العقاب فيأتى بعد ذلك . فعندما يثير الشخص حنق وحفيظة الرأى العام ، فانه لا بد أن يعانى ويقاسى من برودة استقباله أو تجنب استقباله على الاطلاق ، حسبما تكون درجة تلك البرودة أو ذاك التجنب ارتفاعا أو انخفاضا ، فالسخرية المكشوفة منه ، و «التريقة» عليه ، والنظرة اليه بازدراء ليست سوى اشارات مؤدية عن احتقار الشعب ورجل الشارع لمثل ذلك الشخص الذى يثير حفيظته وحنقه ، وهكذا ، وعلى هذا النحو ، يعبر الرأى العام عن نفســه وبأشكال مباشرة ، مثلا ، فى شكل انتقام اقتصــادى أو عنف جسمانى ايجابى .

---

(١) Edward Alsworth Ross, «Social Control» (New York: The Mcmillan Co., 1901).

(٢) Ibid, P. 90.

وفى الولايات المتحدة الأمريكية ، على ما يقول « روس » ، فان الرأى العام ـ بسبب عدم انقسامه الى تيارات صغرى نتيجة للفوارق الطبقية ، أو الفوارق الطائفية أو غير ذلك ـ يحظى بقوة عاليـة جارفة . فالأمريكيون قد أتى عليهم الآن حين من الدهر ، أصبح فيه الأشخاص العاديون نادرا ما يفطنون الى القهر الذى يمارسه الرأى العام ، ذلك بسبب اعتيادهم على السير وراءه . انهم لا يحلمون بما ينبغى أن يكون ، بل يستسلمون ، بشكل يكاد يقرب من الادمان ، لتيار الجماهير والكتل الشـعبية ... وليس الخوف مما يستطيع الجمهور الغاضب أن يفعله هو ذلك الذى يشل حركة الأمريكى المعاصر ، بل هو مجرد عدم القدرة على الوقوف بلا حراك فى وجه موجة التعليق الجماعى المعادى له تماما ، وعدم القـدرة على أن يحيا حيـاة دائمة تتعارض مع ضمير ومشـاعر الآخرين ازاءه(١) .

والخلاصـة ، أن « ادوارد ألسـورث روس » ، هذا العـالم الاجتماعى ، يضع للرأى العام تعريفا يشمل الحكم العام ، والعاطفة العامة ، والسلوك العام . ولقد وضع هذا التعريف تأسيسا على ما اهتدى اليه من أن الرأى الذى يكونه الفرد عن نفسه لا يتكون ولا يتشكل من طريق المدركات الحسية ، بل يتكون ويتشكل من طريق الايحاء(٢) .

* * *

أفكار هيجل وماركس وأنجلز ولنين :

لقد أحدثت أفكار هيجل وماركس وأنجلز ولنين عن الرأى العام ثورة فكرية سنتناولها بالتفصيل فيما بعد .

---

(١) Ibid, P. 105.

(٢) Ibid, P. 105.

(١٢)

فى الربع الأول من القرن العشرين

فى عام ١٩٢٢ ، أصدر « وولتر ليبمان » (١٨٩٩) Walter Lippman الصحفى الأمريكى ، كتابه غير العادى المعنون « الرأى العام(١) » ؛ ذلك الكتاب الذى أحدث ضجة أثرت تأثيرا عميقا فى التفكير المعاصر وخاصة فيما يتصل بالعلاقة بين الكتل الجماهيرية والديمقراطية • وخلاصة رأيه هى أن الانسان هو أقل من مجرد حيوان مفكر ، ولئن كان هذا الوصف شيئا عاديا الآن ، فانه كان ، فى ذلك الحين ، فتحا جديدا !!

ويقوم كل رأى « وولتر ليبمان » على ما أسماه « الصبة » أو « القالب المصبوب(٢) » •

أما هذه « الصبة » أو ذلك « القالب المصبوب » ، فمعناها ــ فى لغة المشتغلين بالصحافة الحديثة ــ عمل قالب من الرصاص يكون نسخة طبق الأصل من حروف الطباعة المسبوكة من الرصاص ، وذلك حتى يسهل استخدام هذا القالب فى الطباعة الآلية ذاتية الحركة ، بمعنى استحداث نسخ متكررة مطبوعة هى نسخ طبق الأصل من ذلك القالب المأخوذ ، بدوره ، عن الحروف المسبوكة من رصاص •

---

(١) «Public Opinion»

(٢) Stereotype.

أما معنى هذا الاصطلاح بالنسبة للمؤلف (ليبمان) فهو أن عقول الناس تصب ، هى الأخرى فى قوالب ، وأن هذه العقول لا تنتج الا نفس الآراء العامة المصبوبة فيهـا ، على النمط الذى أوضحناه فيما سلف .

ويرى « ليبمان » أننا ، مالم نكن منحازين بالفعل ، لا ندرس الشخص ثم نحكم عليه بأنه طيب أم خبيث ، بل نحكم عليه من بادىء الأمر فنصفه بأنه شخص خبيث ! اننا نرى « الصباح نديا ! » أو نرى «الفتاة عذراء خجولة !» أو نرى «القسيس رجلا قديسا !» أو نرى « الرجل الانجليزى مفتقرا الى روح الفكاهة والدعابة ! أو نرى البوهيمى منطلقا على هواه ! ... وهلم جرا ! ...... وتظل مثل هذه الأحكام قائمة طيلة الوقت ، وذلك قبل تمحيص هذه الآراء أو فحصها . أى أن هذه الآراء معدة سلفا وتحمل بين ثناياها النتيجـة التى تعتبر الشـواهد وشتى ضروب التمحيص والفحص مطابقة لها !! وهذا خطأ بطبيعة الحال ، ذلك أنه لا العدل ولا الرحمة ولا الحق يجد سبيلا الى مثـل هذه الأحكام ، بسبب أنها أحكام مسبقة ، جاءت قبل مناقشة شواهد الحال(١) .

وينتقل « ليبمان » ، بعد ذلك الى المحاجاة بأنه فيما يتعلق بالتعليم بحالته الراهنة ، فان الرأى العام هو ، بصفة مبدئية ، صيغة جاهزة مسبقة للمدركات المعدة سلفا ، مادام نمط « القالب المصبوب » القائم داخل عقولنا هو الذى يحـدد ويقرر مجموعة

---

(١) Ibid, P. 124.

الحقائق التى سنراها ، والضوء الذى سنراها عن طريقه(١) ٠٠٠ ومن ثم فان الرأى العام ـ فى معظمه ـ يؤسس ـ بالضرورة ـ على الرموز والأساطير ٠٠٠ والأسطورة ـ كما يقول ليبمان ـ قد تكون حقيقية تماما ، وقد تكون نصف حقيقية ، وقد تكون زائفة تمـاما ٠ غير « أن الشىء الذى لا تستطيع الأسـطورة أن تحتويه ، على الاطلاق ، هو القوة الانتقادية القادرة على الفصل بين الأجزاء الصادقة والأجزاء الكاذبة منها » ٠

---

(١) Ibid, P. 125.

(١٣)

فى مطلع الربع الثانى من القرن العشرين

ان كتاب « كفاحى » Mein Kampf الذى نشر « أدولف هتلر » نصفه الأول فى سنة ١٩٢٥ ونصفه الثانى فى سنة ١٩٢٧ هو « خليط غريب من أشباه الحقائق والهذر غير الناضج ، بالاضافة الى بعد نظر غير نافذ وغير حصيف فيما يتعلق بعقل الجمهور »(١) . ولقد كان هذا الكتاب أشبه بالكتاب المقدس بالنسبة لهتلر . وهو ، فى الواقع ، كتاب عن قوة تنويم الجماهير تنويما مغناطيسيا ، وعن شتى ضروب اساءة استخدام هذه القوة ، حين توضع موضع التطبيق العملى .

وكان هتلر يرى « أن قدرة الكتل الجماهيرية الكبيرة على الفهم والاستدلال هى قدرة محدودة للغاية ، كما أن قدرتها على الفهم ضئيلة جدا ، غير أن قدرتها على النسيان هائلة ضخمة »(٢) . لهذا يجب أن تحشر فى عقول الشعب بضع أفكار قليلة بسيطة يجرى التأكيد عليها يوما بعد يوم وأسبوعا بعد أسبوع وسنة بعد سنة ... « حدثهم فقط عن جانب واحد من جانبى القصة — هكذا ينصح هتلر — فالكتل الشعبية ليست فى موقف يسمح لها بالتمييز

---

(١) Walter Phelps Hall and William Stearns Davis, « The Course of Europe Since Waterloo» (Second edition, New York: D. Appleton-Century Co. 1947) P. 714.

(٢) Adolf Hitler, «Mein Kampf» (New York: Renyal and Hitchcock, 1940) P. 234.

بين النقطة التي ينتهي عندها خطأ الآخرين والنقطة التي يبدأ عندها خطأها هي(١) ! » .

وقال هتلر .. « عليك بترديد أي قصة مرات ومرات ذلك أن الجماهير لا تعلق بآذانها وذاكرتها الا أكثر الأفكار بساطة تلك التي تتردد وتتكرر ألف مرة ! »(٢) .

ويمضي هتلر قائلا ان الكذبة الكبرى ، هي بالطبع ، أكثر قابلية للتصديق من الكذبة الصغرى ، ووجهة نظر هتلر في ذلك هي أنه « في حجم الكذبة ، يكمن دائما عامل معين من عوامل تصديقها ، وذلك لأنه ما دامت جماهير الشعب قد تكون فاسدة حتى قاع قلوبها وذلك على نحو أكثر مما تعي وتدرك طواعية ، فانها ـ والحالة هذه ـ بسبب بساطة وبدائية عقولها تكون أكثر استعدادا للوقوع ، ببساطة ، ضحية للكذبة الكبرى دون الكذبة الصغرى ، وذلك لأن هذه الجماهير ذاتها ربما تكذب أيضا فيما يتعلق بوقائع صغيرة ، ولكنها ـ بكل تأكيد ـ تخجل خجلا أكثر مما ينبغي ، حين تطلق كذبة أكبر مما ينبغي »(٣) .

ولقد كان هتلر يتحدث الى الناس . وكان اذا ما تحدث اليهم ، يطلب منهم الانتباه المطلق . لهذا كان يتفاخر دائما بأن رجاله يحرصون على حفظ النظام في اجتماعات النازي .

ولكن كم كان يبلغ عدد أولئك الذين يرغب هتلر في التحدث اليهم ؟ . لقد كان يرغب دائما في التحدث الى الكتل الجماهيرية

---

(١) Ibid, P. 237.

(٢) Ibid, P. 239.

(٣) Ibid, P. 313.

الضخمة الهائلة ، بعد اعداد الأضواء بطريقة خاصة ، وبعد وضع اللافتات التى تحمل الشعارات ، وبعد « الانتظار الطويل » ... فعندئذ تكون الجماهير فى حالة يمكن معها السيطرة عليها بسهولة ! ويجب أن تلاحظ أهمية «الانتظار» ! فالشعب ، وخاصة فى المساء ، يكون مجهدا مكدودا . وكما قال هتلر « يبدو أنه فى الصباح وربما فى خلال النهار ، تكون ارادة الناس قادرة على التمرد ، بأعلى قدر من القوة والنشاط ، ضد أية محاولة من شأنها طى هؤلاء الناس تحت لواء ارادة شخص آخر أو فكرة شخص آخر . ومع ذلك ، ففى المساء فان هؤلاء الناس يتهاوون بسهولة أمام ارادة أخرى أقوى تفرض عليهم . والواقع أن كل اجتماع ، من هذا القبيل ، يشكل مباراة مصارعة بين قوتين متعارضتين ، تعقد الغلبة فيها للخطيب المصقع الذى يستخدم مواهبه الخطابية ، فمثل هذه المواهب ذات الطبيعة المسيطرة الجارفة لا شك تنجح بسهولة ، فى كسب الجولة ، ذلك أن الارادة الجديدة لدى هؤلاء الناس تكون قد ضعفت وتهاوت أثناء مقاومتهم بالشكل الطبيعى ، وهذا على نحو أكبر مما يحدث لأناس آخرين لا يزالون يمتلكون السيطرة الكاملة على أنشطة عقولهم وقوة ارادتهم »(١) .

وقال هتلر مرة ... « وبعد خطبة تستغرق ثلاث ساعات ، فان الجميع يكونون تحت ابطى » ! ولقد كان هتلر يرجع ذلك الى عظمته .

وبشىء من التبسيط المبالغ فيه ، فان العامل الرئيسى الذى كان هتلر يراعيه هو « أن للجمهور عادة ساحقة هى اكتساح أولئك

---

(١) Ibid, Pp. 710-711

الذين يحضرون الاجتماعات ليكونوا مجرد متفرجين سلبيين »(١) ٠ وربما جاز ، فى هذا الصدد ، القول بأن هتلر كان ، دون أن يدرى ، يطبق بضعة مبادىء معينة من مبادىء التنويم المغناطيسى ٠ ولمن شاء أن يحصل على مزيد من المعلومات ، فى هذا الشأن ، أن يرجع الى كتاب « ايستربروكس » Easterbrooks عن التنويم المغناطيسى؛ وذلك لأنه يجمع بين متعة القراءة والدقة ، فى الوقت ذاته ٠ وقد خصص هذا الكتاب فصلا بذاته للحديث عن « هذا الرجل ، هتلر »٠ ويعتقد « ايستربروكس » أن قوة هتلر ، أو قوة معظم غيره من كبار الرجال العـامين سواء فى عصرنا الراهن أو أولئـك الذين وصفهم لنا التـاريخ ، انمـا تكمن فى قدرتهـم على التنـويم المغناطيسى(٢) ٠

وأيا كان هذا الأمر ، فان « مذكرات جوبلز »(٣) تشـكل اضافة عملية هامة جدا لكتاب « كفاحى » ويستعرض « جوبلز » فى مذكراته تلك ، أفانين وأساليب محاولة جعل الشعب الألمانى ، بما فى ذلك كبار النازيين أنفسهم ، يؤمنون بكل ذلك الزيف غير المعقول الذى اشتلمت عليه دولة النازى! وكذلك فان هذه المذكرات هى سجل للسحر الذى كان هتلر يأسر به أتباعه ! ٠

وقد قال جوبلز مرة فى مقتطفات نشرتها احدى المجلات ٠٠٠

« وفى المساء ، تحدثت طويلا مع أمى التى ، بالنسبة لى ، تمثل دائما صوت الشعب ٠ انها تعرف مشاعره أكثر مما يعرفها معظم

---

(١) G. H. Easterbrooks, «Hypnotism» (New York: E. P. Dutton & Co., Inc, 1943) P. 208.

(٢) Ibid, P. 214.

(٣) Lewis P. Lochner, «The Goebbel's Diaries» (Garden City: Doubledey and Co., Inc. 1948).

الخبراء المتخصصين الذين يصدرون الأحكام من أبراجهم العاجية ٠ وأعود فأكرر أننى تعلمت منها الشيء الكثير وخاصة ما تعلمته من أن كبار رجال الدولة هم ، فى العادة ، أكثر بدائية مما نتخيل ٠٠٠ لهذا فان الدعاية يجب أن تكون دائما وبصفة جوهرية ، بسيطة ومتكررة ٠ ففى المدى الطويل ، تكون الغلبة لذلك الشخص الذى يصل الى نتائج أساسية بشأن التأثير فى الرأى العام ، ذلك الشخص الذى يقدر على اختزال المشكلات الى أبسط أشكالها ، ذلك الشخص الذى يملك من الشجاعة ما يجعله قادرا على أن يكرر ، الى الأبد ، هذه المشكلات وبنفس شكلها المبسط بصرف النظر عن اعتراض المثقفين » ٠

* * *

وسوف نتحدث بالتفصيل عن الاعلام والدعاية فى عهد هتلر وجوبلز ـ فى الفصول التالية نظرا لأهميتها ٠

(١٤)

فى منتصف الربع الثانى من القرن العشرين

ما ان حل عام ١٩٣٧ ، حتى شهد المهتمون بالرأى العام محاولة تعتبر أكثر المحاولات طموحا فى هذا الشأن ، ونعنى بذلك ، الدراسة التى وضعها « فلويد هـ• ألبورت » Floyd. H. Allport أستاذ علم النفس الاجتماعى والسياسى المعروف ، هذه الدراسة التى نشرت بوصفها المقالة الافتتاحية فى العدد الأول من مجلة «Public opinion Quarterly» بالولايات المتحدة الأمريكية(١) •

وبالنظر الى أن هذه الدراسة التى وضعها « ألبورت » قد أصبحت ـ على نطاق واسع ـ مرجعا عاما للمواد التى نشرت فى تلك المجلة ، فان النتائج التى انتهى اليها ، فى هذا الصدد ، قد حظيت بأهمية بالغة فى تحديد مسار واتجاه البحوث التى نشرت فى هذا الميدان •

يخلص « ألبورت » الى أن الظواهر التى ينبغى دراستها بوصفها مندرجة تحت مصطلح « **الرأى العام » هى ، بصفة جوهرية ، أمثلة وضروب من السلوك تصدق عليها الشروط التالية :**

---

(١) Floyd. H. Allport, «Toward a Science of Public Opinion» The Public Opinion Quarterly (January, 1937; vol. 1, no. 1) P. 23.

أولا : أنها ضروب من سلوك أفراد آدميين ٠

ثانيا : أنها تتضمن التعبير باللغة (الألفاظ) ٠

ثالثا : أنها تمارس من جانب أفراد عديدين ٠

رابعا : أنها تنشط وتوجه نحو موضوع معين أو موقف معروف على نطاق واسع ٠

خامسا : أن الموضوع أو الموقف المتعلقة به ، هو موضوع أو موقف يعتبر هاما بالنسبة لأفراد كثيرين ٠

سادسا : أنها تمثل حركة أو استعدادا لحركة ما ، في شكل قبول أو رفض للموضوع المشترك ٠

سابعا : أنها تمارس ، في حالات كثيرة ، في ظل وعي وادراك بأن الآخرين تصدر عنهم ردود أفعال بشأن الموقف ذاته ، وبالطريقة ذاتها ٠

ثامنا : أن الاتجاهات أو الآرراء التي تتضمنها ، انما يتم التعبير عنها أو — على الأقل — يبدى الأفراد المعنيون استعدادا للتعبير عنها ٠

تاسعا : أن الأفراد الذين يمارسونها أو يزمعون ممارستها ، قد يفعلون أو لا يفعلون ذلك ، في حضور أشخاص آخرين ٠

عاشرا : أنها قد تتضمن محتويات لغوية (لفظية) ذات طبيعتين دائمة ومؤقتة ، بمعنى أنها محتويات تتمثل فيها المادة اللغوية (اللفظية) ذات التكوين الأساسي ، والمادة اللغوية (اللفظية) في شكلها الراهن ، وذلك على التوالي ٠

حادى عشر : أنها تتخذ شكل جهود آنية (راهنة) الغرض منها « مقاومة » أو « تحقيق » شيء ما ، بدلا من أن تكون مجرد أنماط سلوكية ثابتة أو متوافقة مؤتلفة بمعنى أنها محددة تحديدا مسبقا ٠

ثانى عشر : أنها ، بوصفها جهودا موجهة نحو أهداف مشتركة، انما تتخذ ــ في معظم الأحيان ــ شكل نزاع بين أفراد يقفون على طرفي نقيض ٠

ثالث عشر : أنها ضروب مشتركة من السلوك ، قوية ومتعددة، الى الدرجة التى تسمح باحتمال فعاليتها في بلوغ غايتها وهدفها ٠

ويخلص « ألبورت » من ذلك كله الى التعريف الذى اصطنعه وهو « أن مصطلح : الرأى العام انما يصبح ذا معنى ، حين يكون متعلقا بموقف يتخذه أفراد كثيرون يعبرون ـ أو يمكن مناشدتهم التعبير ـ من خلاله عن أنفسهم فى شكل تحبيذ وتأييد (وبالعكس ، فى شكل رفض ومعارضة) لحالة محددة ، أو شخص معين بالذات ، أو اقتراح محدد ، ذى أهمية واسعة النطاق ، بشرط أن يكون هذا التعبير متمتعا بقدر كبير من القوة العددية والصلابة والصمود ، يسمح باحتمال اتخاذ اجراء فعال مباشر أو غير مباشر ، ازاء الهدف المقصود » ٠

* * *

ولئن كان « ألبورت » قد اهتدى الى التعريف سالف الذكر واصفا اياه بأنه التعريف العلمي للرأى العام ، فان باحثين آخرين قد أدلوا بآراء أخرى مماثلة أو مختلفة ٠

فمثلا ، فيما يتعلق باستقصاء وقياس الرأى العام ، يقول « ديفيد كريش » أحد علماء النفس المعاصرين ما يلى : « اذا ظللنا

نعرف الرأى العام على أساس أنه ردود أفعال الناس ، دون أن يكون لدينا فهم واضح لمعنى المعتقد ، أو الرأى ، أو الاتجاه ، أو الحكم ، فان كثيرين من رجالنا الذين يقومون بقياس واستقصاء الرأى العام سيجدون أنفسهم فى وضع أشبه بوضع رجل أعمى يمسك بميكروسكوب مكبر جدا ، فى غرفة مظلمة ، بحثا عن قطة سوداء لا توجد — فى الواقع — فى ذلك المكان ، ولكنه يظل — بصفة منتظمة — يصدر « تقارير اتجاه » عن خط سير القطة »(١) .

* * *

كذلك جاء فى تعريف حديث عن الرأى العام ، وضعه « ليونارد دووب » الباحث المعاصر ما يلى : « يعنى الرأى العام ، اتجاهات ومواقف الناس ازاء موضوع معين ، حين يكون هؤلاء الناس أعضاء فى نفس الجماعة المعنية »(٢) .

* * *

وربما كان التعريف سالف الذكر متمشيا مع ما يجمع عليه الاخصائيون فى هذا الشأن . غير أن باحثا معاصرا آخر هو : **« هارووك تشيلدز » يقول « ان الرأى العام هو أية مجموعة من** الآراء ، يعتنقها عديد من الأفراد ، بصرف النظر عن درجة الاتفاق أو التطابق المسبق ... ذلك أن درجة التطابق المسبق انما هى

---

(١) David Krech, «Concepts of «Public» and Puplic Opinion» and «Pycholojical Theory». International Journal of Opinion and Attitude Research (Spring 1948, vol. 2, No. 1) P. 88.

(٢) Leonard W. Doob. «Public and Propaganda» (New York: John Wiley & Sons, Inc., 1945) P. 48.

مسألة ينبغى التحقيق فيها ، بيد أنها ليست أمرا يجب بطريقة تعسفية توافره كشرط لقيام الرأى العام »(١) .

ويقول الباحث المعاصر ايرل فانس(٢) .

« لقد كان الانسان البدائى يقدم أضحيته البشرية الى الآلهة اتقاء غضبهم سواء أكان هؤلاء الآلهة موجودين ويتقبلون أضحيته حقا أم لم يكونوا كذلك ! وأيا كان شعور الآلهة ، فى هذا الصدد ، فان الأضحية البشرية تكون قد هلكت وماتت ! ... والانسان يفعل نفس هذا الشىء تماما ، فى الوقت الحاضر ، ولكن على أساس قياس النتائج بالنسبة للملايين . فالعلماء الذين يصنعون لنا قنبلة نووية ، والساسة الذين يقررون موعد استخدامها ، لا يفضلون الانسان البدائى ، ذلك أنهم يستجيبون للاعلام على النحو الذى يقدم لهم . فاذا ما كانت النتيجة هى الدمار ، فانهم شأنهم فى ذلك شأن الانسان البدائى ، لا يعرفون ذلك ! ... انهم يتصرفون فقط بحسب ما أريد لهم أن يعتقدوا ، فى لحظة معينة بالذات ، أنه الأحوال الواردة المتعلقة بأعمالهم ! فاذا ماظهر فيما بعد أن الحقائق كانت شيئا آخر مختلفا عن ذلك أو اذا ما تبين أن هناك حقائق واردة الآن لم تكن معروفة حينذاك ، كان الله فى عونهم وعوننا !! ».

---

(١) Harwook L. Childs, «An Introduction to Public Opinin» (New York: John Wiley & Sons, Inc., 1940) 48.

(٢) Earl L. Vance, «The News: Fourth Dimension of Education», Bulletin of the American Association of University Professors (Autumn. 1948; vol. 34, No. 3) Pp. 553-556.

ويخلص « فانس » من ذلك كله الى « ان ما يسمى : الانسان المتعلم ، فى أمريكا انما يتلقى **معلوماته على نفس الوتيرة بالضبط ومن نفس المصادر** التى يتلقى منها الانسان الأمى معلوماته »(١).

* * *

ومن ناحية أخرى دلت دراسة مستفيضة مفصلة عن سلوك الجندى الأمريكى فى أثناء الحرب العالمية الثانية ، **على مدى اعتماد الجندى المقاتل على مجموعة** من الآراء فى **وقت الشدة** والحرج . وفى ذلك يقول « صمويل ستوفر » واضع هذه الدراسة ما يلى : « بالمقارنة بالشعور المتمثل فى ضرورة أن يحرص المرء على ألا يخجل من نفسه أمام رفاقه ، وضرورة ألا يخذلهم ، فان البطولة الوطنية ، وكراهية العدو ، وغير ذلك من الأسباب التى تشبه القوالب المصبوبة فى تفسير **أسباب استمرار** المقاتل فى الحرب ، تبدو عوامل تافهة غير ذات قيمة »(٢) .

---

(١) Ibid, P. 560.

(٢) Samuel A. Stouffer, «A Study of Attitudes», Scicnific American (May, 1945. Vol. 180, No. 5) P. 14.

(١٥)

المفاهيم المستخلصة

وعلى كل حال ، فان ما نراه نحن هو أن الرأى هو أى تعبير عن **موقف من قضية متنازع عليها قابلة للجدل** • ومن ثم ، فان « الرأى العام » هو **ذلك الرأى الذى ينتج عن المؤثرات وردود الأفعال المتبادلة بين أفراد أية جماعة كبيرة من الناس** •

وتحدث عملية نشوء الرأى بين **جماعات متباينة من حيث الحجم والعدد** ، تتروح بين فردين اثنين وأعداد غفيرة من الناس ، **يستجيب كل واحد منهم للمؤثر العام المشترك** ازاء القضايا والمقولات المتنازع عليها القابلة للجدل • ففى أى وقت قد **يسود الجماعة** رأى معين ذو سيطرة **وسلطان** عليهم • بيد أنه ، من ناحية أخرى ، قد توجد آراء عديدة يعتنقها أعضاء هذه الجماعة وقد توجد ، أو لا توجد ، غالبية تعبر عن رأى مشترك • ومن هنا ، فان عملية نشوء الرأى هى **تبادل المؤثرات وردود الأفعال** التى تحدث بين أفراد الجماعة حول الموضوع المتنازع عليه القابل للجدل• **ورأى الجماعة هو النتيجة المترتبة على العملية** سالفة الذكر ، أى أنه التعبير « **الناتج** » الذى يشمل كل المواقف التى يتخذها أعضاء هذه الجماعة •

ورأى الجماعة ، هذا ، **ليس ساكنا أو جامدا ، بل ينشط ويتحرك** وفقا للعوامل الجديدة التى **تنشأ أثناء المناقشة** • وقد تكون **عملية نشوء الرأى** بين جماعة من الناس عملية متزنة

ومنطقية • **بيد أنها ، بالنسبة للجماعات الكبيرة** ، غالبا ما تكون متضمنة قدرا من العاطفة ، والانفعال العفوى ، وعناصر عديدة أخرى غير منطقية •

ويتم التعبير عن الرأى ، من خلال **بعض وسائط الاتصال ، وعلى أساس الرأى الذى يتم التعبير عنه** ، يتخذ المرء **مواقفه ومجموعات أفكاره ومعتقداته** وغير ذلك من الحالات الذاتية •

غير أن الرأى هو **التعبير ازاء موضوع متنازع عليه قابل للجدل • وقد يبلغ الرأى مرحلة التعبير ، عن طريق أى فعل يمكن** فهمه أو ترجمته • فالتعبير عن الرأى هو **سلوك•** غير أن هذا لا يعنى أن الآراء يمكن وصفها ـ وصفا كافيا ـ بمصطلحات سلوكية بحتة • بل ان الأمر على النقيض من ذلك : لأن أى فحص مثمر للتعبير عن الرأى ، لا بد أن يرجع الآراء الى الحالات الذاتية التى تولدت ونشأت عنها هذه الآراء • فاذا ما قال عشرة أشخاص أنهم يحبون الايطاليين مثلا ، فان هذا القول يشكل تعبيرا عن رأى • ولقد يكون فى الامكان تسجيل هذا الرأى فى أى ضرب من ضروب الفحص المفصل ، يمكن الاهتداء اليه فيما بعد ، غير أن أسباب هذا الحب (للايطاليين مثلا) قد تكون متباينة ومختلفة ، الى درجة أنه ، فى المواقف المتغيرة ، قد يغير أحد الأشخاص رأيه ذلك فى **خلال ساعة** واحدة من الزمان ، على حين يتمسك **شخص آخر** بموقفه فى هذا الصدد ، طيلة حياته ، ذلك أن **سجل الآراء هو سجل السلوك** •

ان الرأى هو التعبير عن موقف ازاء نقطة متنازع عليها قابلة للجدل ، ويمكن تعريف الرأى بأنه قبول وجهة نظر واحدة من بين وجهتى نظر متعارضتين أو وجهات نظر كثيرة متعارضة ، على حين أن كل واحدة منها تصلح لأن يتقبلها العقل الرشيد بوصفها وجهة النظر الوحيدة الصادقة •

ولقد يكون فى الامكان تعريف الرأى عن طريق المقارنة بين **مفاهيم كثيرة غير متنازع عليها وغير قابلة للجـدل •ولكن ما هو « الرأى العام » ؟ •**

انه مفهوم متنازع عليه وقابل للجدل ، على نحو ما أوضحنا فيما سلف فهناك آراء عديدة عن الرأى العام • وهناك أيضا قضايا بالغة الجد متعلقة بهذا الموضوع • فمثلا ــ ما هو بالضبط الجمهور ــ ان « الجمهــور » ، من وجهــة نظر علم الاجتمــاع ، يترادف مع « الجماعة » • ولكن كل الجماعات توجد بينها موضوعات متنازع عليها قابلة للجدل • ومن ثم ، عان عملية نشوء الرأى تفعل فعلها ، على نحو واسع أو ضيق المدى ، بين كل الجماعات ، ابتداء من الجماعة الأولية التى تشغل نفسها بتبادل الشائعات والجدل ، حتى المنظمة الدولية •

ومن وجهة **نظر الجمهور كجماعة ، فان الرأى العام هو التعبير** عن مواقف كل أعضاء هذه الجماعة ، الذين يبدون اهتماما ، من أى نوع ، بأى موضوع معين • فالرأى العــام **يشمل تعبير الغالبية** (اذا كانت هناك غالبية) كما يشمل تعبير الأقلية أو الأقليات، فى وقت واحد • **فاذا كانت الاختلافات بالغة الجسامة والاستعصاء على التغيير والتبديل الى درجة أن هــذه الأقليات لا تقبل ــ طواعيــة وعن رضاء ــ العمل مع الغالبية** ، فانه لا يوجد ، فى هذه الحالة ، جمهور واحد ، بل توجد عدة جماهير كثيرة • فالجمهور ، لا يمكن تسميته بهذا الاسم ، الا اذا كان **الأعضاء الذين يتكون منهم يعملون معا •** ولقد يكون من المقبول أن نطلق على الوصف ســالف الذكر اسم

« التعريف الديمقراطى للجمهور » ، ففى ظل مثل هـذا الجمهور تحدث عملية **تبادل المؤثرات وردود الأفعال** ، ويتم الاحتفاظ — فى الوقت ذاته — بالمواقف الكثيرة المتباينة ، كما تحظى وجهات نظر الأقلية بالتسامح .

أما فى الدول التى **تسـيطر عليها نظم الاستبداد الجماعى** ، فى عصرنا الراهن ، حيث **الآراء محتكرة** ، فان مثل هذه الجماهير لا تحظى بالتسـامح ، بل يتم الضغط عليها بعنف ، لتحويلها الى **كتل بشرية مكيفة بطريقة خاصة** تحملها على الرضوخ للتعبير الموحد المفروض « من فوق » !

(١٦)

قواعد ، تحكم تعريف « الرأى العام »

نخلص من كل ما سلف الى أنه أيا كان التعريف ، القديم أو الحديث ، الذى نتفق على أنه أدق تعريف وأشمله لمصطلح « الرأى العام » فان هناك عدة قواعد عامة تحكم مثل هذا التعريف نذكر منها ما يلى :

أولا : الرأى ، بصفة عامة ، هو **الموقف الاختيارى** الذى يتخذه المرء ازاء مسألة أو قضية متنازع عليها قابلة للجدل .

ثانيا : الجماعة شيء **والجمهور شيء آخر** . والجماعة أقل عددا من الجمهور فضلا عن أنها لا تشكل رأيا عاما جماهيريا .

ثالثا : يشترط لقيام « الرأى العام الشعبى » أن تكون كل الجماعات منطوية **داخل الجمهور** الواحد ، والا كان هناك أكثر من جمهور ، وبالتالى كان هناك أكثر من رأى عام داخل الشعب الواحد .

رابعا : الرأى الخاص شيء والقيم والمعتقدات والعادات المستقرة الراسخة الجذور شيء آخر ، ذلك أنه يشترط لقيام « الرأى الخاص » أن يكون ناتجا عن اختيار ارادى بين بديلين متباينين مختلفين أو أكثر من بديلين .

خامسا : الرأى العام هو **جماع الآراء** التى هى مواقف يتخذها الأفراد ازاء مسألة أو قضية متنازع عليها قابلة للجدل . ومعنى

هذا أن الرأى العام هو التعميم الحر « للرأى الخاص » على شريطة أن يكون هذا الرأى ناتجا عن اختيار وطواعية واقتناع ·

سادسا : الآراء التى تفرضها **التنظيمات والهيئات** ذات السلطة على الأفراد قهرا ، لا تشكل رأيا عاما مهما تكن درجة الاتفاق فى الآراء · ذلك أن هذا « الاتفاق » فى الآراء ليس اتفاقا بقدر ما هو « املاء » ·

سابعا : الرأى العـام الذى يتولد نتيجـة للاثارة والتهييج المتعمدين ، فى ظرف معين ، لا يدوم طويلا ، لأنه **يشكل** « عدوى » رأى لا « موقف » رأى !

ثامنا : الرأى العام شىء ، **ووسائط تصوير الرأى العام** شىء آخر ، لهذا يجب أن نتحاشى الخطأ الشائع المتمثل فى وصف الصحافة أو الاذاعة أو التليفزيون مثلا بأنها « الرأى العام » ؛ ذلك أنها ليست الرأى العام ، بل هى وسائط تصوير هذا الرأى العام !

تاسعا : مثلما ينتج **الرأى العـام عن الاختيار** الارادى بين بديلين مختلفين متباينين ، أو أكثر من بديلين ، فانه ينتج عن رفض « حر » للبديلين أو أكثر · فهناك رأى عام ايجابى « **قابل** » ، ورأى عام سلبى « رافض » !

عاشرا : التوافق والتطابق الناتجان عن الخوف من قهر الجماعة واستبدادها لا يشكلان رأيا عاما ، بل يشكلان انصياعا لسـطوة الجماعة ·

حادى عشر : لا يوجد ما يمكن أن نسميه ـ علميا ـ « رأى عام ثابت دائم » ، ذلك أنه يشترط لقيام الرأى العام أن يكون هذا

الرأى ناتجا عن حركة ديناميكية ، والا فان الرأى العام الثابت الدائم يفقد خاصيته كرأى عام ويتحول الى عقيدة أو قيمة أو عادة.

ثانى عشر : الرأى هو سلوك • غير أن هذا لا يعنى أنه يمكن تفسير الرأى تفسيرا كاملا عن طريق مصطلحات أو معايير سلوكية بحتة •

ثالث عشر : الرأى ، من الناحية الفعلية ، هو **حصيلة معرفة الفرد** • فكلما كانت معرفة الفرد عميقة وحرة ، كان رأيه انتقائيا وحرا •

رابع عشر : مثلما تتخذ الديمقراطية من الرأى العـام الحر سبيلا للانفراد بالسلطة وربما القهر ، تتخذ النظم الاستبدادية من التطابق والتوافق الصادرين عن الخوف سبيلا لخلق رأى عام تستتر وراءه السلطة الراغبة فى السلطان والقهر •

خامس عشر : الرأى العام لا يفترض ، بل يشترط لقيامه أن يكون واضحا ظاهرا • ذلك ان الشرط الأول لقيام الرأى العام هو « التعبير » عنــه ، اللهم الا أن يكون « رأيا عاما هاجعــا » لم يستيقظ بعد !

خاتمة الفصل

أهمية « الرأى العام » ، قديما وحديثا

والآن ، بعد أن وقفنا على تعريف « الرأى العام » ، قديما وحديثا ، يحسن بنا أن نقف على مدى أهمية « الرأى العام » قديما وحديثا أيضا . ذلك أنه على الرغم من أن مصطلح : «الرأى العام» ــ الذى نستخدمه الآن ــ لم يوضح الا فى أواخر القرن الثامن عشر ، فان مفهومه ومضمونه الفعليين كانا معروفين منذ عصور الانسان البدائى . بل ان المفهوم الحديث لمصطلح : «الرأى العام» مأخوذ عن مفاهيمه القديمة على النحو الذى جاء فى كتابات اليونانيين والرومانيين القدامى وفى كتابات مفكرى القرون الوسطى . وحسبنا ، فى هذا الصدد ، أن نذكر كلمات «Ossa» و «Pheme» و «Nomos» اليونانية القديمة ، وكلمات «Fama» و «Fama popularis» و «Rumores» و «Vox populi» الرومانية القديمة وكلمات «Consencus» و «Census» و «Communis» التى استخدمها مفكرو القرون الوسطى .

وجريا على الخطة ذاتها التى اتبعناها فى مستهل هذا الفصل ، فاننا لن نقدم في هذه الخاتمة عرضا تاريخيا كاملا لأهمية « الرأى العام » ، بل سنكتفي بسرد نماذج سريعة نبرهن بها على أن هذه الأهمية كانت مدركة ومعلومة منذ أقدم العصور بأشكال مختلفة متفاوتة القوة والضعف .

(١)

فى عصور الانسان البدائى

أجمع الباحثون والمفكرون المتخصصون فى دراسة الرأى العام ، على أن الانسان البدائى كان يدرك أهمية « الرأى العام » ، ومن ثم استخدم قوة هذا الرأى العام فى تحقيق مآربه ، وابتدع أساليب معينة ، فى هذا الشأن ، نذكر منها « الطوطم » و « المحرمات » و « السحر » ، وهى جميعا أساليب تؤثر تأثيرا قويا فعالا فى الجماهير. وليس هذا بالأمر المستغرب ، لأن « الانسان » ، فى العصور القديمة ، لم يكن ذا كيان فردى خاص ، بل كان يستمد كيانه من الانتماء الى جماعة هى العشيرة أو القبيلة أو الأسرة الكبيرة . ويصدق هذا القول على « قادة » تلك العصور مثلما يصدق على الأفراد العاديين . ومن ثم ، كانت الحاجة شديدة وماسة لمعرفة طبيعة الرأى الجماعى السائد ، ولاستخدام الأساليب الكفيلة بتوجيه هذا الرأى الوجهة المنشودة .

(٢)

فى عصور فجر التاريخ

عندما اهتدى الانسان الى الكتابة ، وظهرت الحضارات الأولى، ازدادت أهمية الرأى العام ، وبالتالى تطورت الأساليب المتعلقة بالسيطرة عليه وتوجيهه · فنحن نعرف مثلا أن حكام « سومر » و « بابل » و « آشور » ــ على الرغم من استبدادهم ــ كانوا يقيمون للرأى العام وزنا لا بأس به ، بل ان هذه الامبراطوريات القديمة ابتدعت أساليب مؤثرة وفعالة من شأنها ادخال الرعب والخوف فى قلوب أعدائها ومنافسيها عن طريق تصوير حكامها فى شكل أبطال شجعان غير عاديين يهزأون بالموت ولا يخشون أية قوة مهما تعاظمت وتسامت ، وعن طريق تصوير جيوشها فى شكل محاربين لا تلين لهم قناة ولا يغلبهم أحد ، وعن طريق تصوير معداتهم الحربية فى شكل معدات جهنمية تقذف بالنار واللهب ، وما شاكل ذلك من أساليب تؤثر فى الجموع والجماهير الصديقة والمعادية على السواء ، على النحو الذى تكشف عنه الآثار التى لا تزال باقية حتى يومنا هذا ·

كذلك تكشف الآثار المصرية القديمة عن ادراك واع وعميق لأهمية الرأى العام ، كما تكشف عن التجاء المصريين القدماء الى أساليب متطورة من شأنها التأثير فى الرأى العام وتوجيهه الوجهة المنشودة ، فمثلا لم يكن « تأليه » الفرعون الحاكم ، و « تقديس »

الكهنة وتشييد المعابد الفاخرة واقامة الاهرام والمسلات الشاهقة، وابتداع الطقوس الدينية ، وارتداء التيجان الذهبية ؛ لم يكن هذا كله الا أساليب متطورة القصد منها التأثير في الرأى العام وكسب النفوذ عن طريق السيطرة على العقول والأخيلة والأفكار .

وبالمثل ، تكشف « التوراة » المتداولة الآن ، عن أساليب عديدة لجأ اليها بنو اسرائيل بقصد التأثير في الرأى العام وتوجيهه هذه الوجهة أو تلك ، فمثلا استخدموا « عصا موسى » ، ونار « العليقة » ، و « جبل » سيناء ، و « المن » ، و « السلوى » و « الحية النحاسية » ، و « العجل الذهبى » ، و « ألواح الوصايا »، و « المحرقات » ، وأساليب الفتك بالأعداء واشعال النار في ممتلكاتهم ، و « الضربات » السبع التى وجهت الى فرعون مصر ورجاله ، استخدموا كل هذه الأساليب في تصوير أنفسهم في شكل « الشعب المختار » . وفى ادخال الفزع في قلوب أعدائهم ، وفضلا عن ذلك فان أنبياء بنى اسرائيل لم يكونوا ، في الواقع ، الا جماعة من مهيجى الرأى وموجهى الفكر عن طريق اشاعة النبوات المختلفة وعن طريق القاء الخطب والمواعظ التى تهدف ، جميعا ، الى تحقيق غرض واحد هو السيطرة على الرأى العام وتوجيهه .

(٣)

فى عصور الاغريق والرومان

لعب الرأى العام دورا خطيرا وكبيرا فى الحضارة اليونانية ، فمثلا كانت « حكومة المدينة » اليونانية ــ هذه الحكومة التى كانت توصف بأنها ديمقراطية ــ تستمد سلطتها من رضاء المحكومين وبالتالى انفسح المجال أمام تبادل الآراء ، وأمام النظرة العقلانية العلمانية ، وأمام التمرد على الارستقراطية والطغيان والعادات المتخلفة ، ترتب على هذا كله اهتمام طاغ كبير بالرأى العام بوصفه صاحب السيادة الفعلية ، وبالتالى تقلص جبروت الحكام ونما الاهتمام بتحقيق ارادة المحكومين ٠

وما ان انعقدت الغلبة لروما ، حتى اجتاز « الرأى العام » مرحلة « جديدة » من مراحل نموه والاعتراف بأهميته وخاصة فيما يتعلق بشئون الحكم ٠ بل ان هذه الأهمية قد كشفت عنها ــ على نحو بالغ الوضوح ــ « الكلمات » الجديدة التى ابتدعها المفكرون والفلاسفة للتعبير عن الرأى العام ٠ وكمجرد أمثلة على ذلك ، يكفى أن نذكر كلمة «Vox Populi» ــ التى تعنى « صوت الشعب » ــ وكلمة «res publicæ» ــ التى تعنى « الشئون العامة » ــ وشعار «S P Q R» ــ الذى يعنى « مجلس شيوخ ، وشعب روما » ٠

ومثلما ظهر فى اليونان القديمة مفكرون وفلاسفة عمالقة فهموا معنى وحقيقة « الرأى العام » من أمثال « سقراط » و « أفلاطون » و « أرسطو » ، ظهر فى روما القديمة مفكرون وخطباء مفوهون من أمثال « شيشرون » وأخيه « كونيتوس » وغيرهما ، ممن أسهموا فى تكوين الرأى العام وتشكيله بل ان « كونيتوس » بالذات كتب رسالة كاملة عن « الدعاية » وفنونها . كذلك حفلت حضارة روما بالآداب والفنون ذات التأثير القوى الفعال على العقول والأخيلة وأنماط السلوك ، فضلا عن «النشرات» المكتوبة التى كانت توزع على المواطنين . بل ان روما القديمة عرفت الصحافة اليومية، فقد صدرت فيها صحيفة « Acta Diurna » اليومية التى ظلت تطلع على الناس لمدة أربعمائة سنة متوالية !

(٤)

عصور ما بعد القرون الوسطى

لئن كانت الألف سنة التالية لسقوط روما قد سادها الظلام العقلى ، فى أوروبا ، فان عصور النهضة الاسلامية قد عوضت العالم عن ذلك ، فالمفكرون والفلاسفة المسلمون قد أعادوا للرأى العام مجده التليد فى الشرق • وما ان حلت عصور القرون الوسطى حتى استرد الرأى العام مكانته فى أوروبا أيضا • غير أن النصر الحقيقى الذى انعقد للرأى العام لم يتحقق الا فى القرن الخامس عشر على أثر اختراع « جوتنبرج » لآلة الطباعة الدوارة • فبفضل هذا الاختراع انتشرت العلوم والفلسفة وظهرت الجامعات والمعاهد العالية وبدأ الباحثون يهتمون بدراسة العلوم الانسانية والسلوكية ، فضلا عن النهضة الكبرى التى بلغتها الآداب والفنون. وترتب على هذا كله أن أصبح « الرأى العام » عاملا فعالا مؤثرا فى تشكيل وتقرير السلوك الاجتماعى • ولعل الانتصار العظيم الذى حققه « مارتن لوثر » هو أقوى دليل على أهمية الرأى العام، فبفضل المساندة القوية التى لقيها هذا « المصلح » التاريخى من جانب الرأى العام أمكن القضاء على السطوة الدينية الزائفة ، كما أمكن القضاء على كثير من القيم والعادات والتقاليد البالية العتيقة •

بل ان كتاب « الأمير » الذى وضعه « ميكافيللى » ، يصلح لأن يكون مرجعا هاما عن الرأى العام والدور الكبير الذى يضطلع به فى ميدان السياسة والحكم ، فقد تحدث « ميكافيللى » فى هذا الكتاب عما أسماه « Publica Voce » ـ أى صوت الشعب ـ الذى لا يعدو أن يكون البديل القديم لمصطلح : « الرأى العام » الحديث ٠

(٥)

في عصور القرن السابع عشر

شهد القرن السابع عشر سلسلة من الحروب ، ولم يكن القصد منها الا السيطرة على الرأى العام • فالكنيسة الكاثوليكية قد عادت الى سيرتها الأولى ، محاولة اخضاع العقل للسطوة الدينية ، وثورة « البيوريتان » قد اجتاحت انجلترا ، وترتب على هذا أن تدفق سيل منهمر من الكتب والنشرات والبحوث والدراسات من جانب هذا الفريق أو ذاك ! وظهر مفكرون تمردوا على استعباد العقول وسحق الرأى العام • فكتب « ملتون » يطالب بالغاء « تصاريح » الطباعة والنشر ، وكتب « جون لوك » مدافعا عن الحرية الفكرية ، وكتب « وليم تمبل » رسالته المشهورة عن السلطة السياسية مرجعا اياها الى سيادة « الرأى » والحكمة والسلوك القويم والعدل • ولعبت الصحافة دورا كبيرا في تدعيم الرأى العام ، ففى عام ١٦٠٩ صدرت أول « نشرة اخبارية » فى « أوجسبرج » ، وفى عام ١٦١٥ ظهرت أول صحيفة يومية فى « فرانكفورت » ، وفى عام ١٦٢٢ ظهرت أول صحيفة يومية فى انجلترا ، وفى عام ١٦٣١ ظهرت أول صحيفة يومية فى فرنسا •

وسرعان ما أدى التطور التجارى ونشوء الطبقة الوسطى ، وانتشار التعليم ، الى تدعيم مكانة « الرأى العام » وأهميته ، حتى لقد صدر في انجلترا فى عام ١٦٩٥ قانون بالغاء « تصاريح » الطباعة والنشر ، وبالتالى تحققت حرية الفكر والرأى للمرة الأولى فى أوروبا •

(٦)

فى عصوه القرن الثامن عشر

وفى القرن الثـامن عشر ـ المسمى عصر الاستنارة ـ حقق الرأى العام أروع انتصاراته ، وتمثلت هذه الانتصارات فى قيام الثورتين الفرنسية والأمريكية تحقيقا لرغبات الرأى العام ، كما تمثلت فى ظهور مفكرين أحرار من أمثال «مونتسكيو» و «فولتير» و « تيرجـو » و « روســـو » و « ديدرو » و « صميويل آدامز » و « توماس باين » وغيرهم من المفكرين الذين دافعوا عن العقل الانساني ومهدوا الطريق أمام نشوء الرأى العام الحر المستنير ٠

(٧)

فى عصور القرن التاسع عشر

وما ان حل القرن التاسع عشر ، وسادت الثورة الصناعية ، حتى أصبح « الرأى العام » هو السيد ذو السطوة والسلطان • وساعد على ذلك ، الكشف العلمي والاختراع ووسائل الاتصال الجديدة • واذ أدت الثورة الصناعية الى نشوء علاقات اجتماعية جديدة ، بدأت النظريات والآراء تتصارع فى شتى الميادين الدينية والثقافية والسياسية والاقتصادية ، وبظهور وسائل الاتصال التليفونية والبرقية ، انفسح المجال أمام « هجرة » الأفكار والآراء • وزاد من فعالية الرأى العام وأهميته انتشار الأفكار الديمقراطية ونظم الحكم الحديثة •

(٨)

في القرن العشرين

وأخيرا ، جاء القرن العشرون فتوج انتصارات الرأى العام بمزيد من الانتصارات ، ذلك أن ظهور الراديو ، والتليفزيون ، والسينما ، والترانزستور ، والأقمار الصناعية ، قد جعل القرن العشرين « قرن الرأى العـام » بحق وجدارة • بل ان الحربين العالميتين اللتين شهدهما هذا القرن ، لعبتا دورا هاما فى تدعيم « الرأى العام » ، وذلك نتيجة لوسائل الاعلام المتطورة والدعاية المبتكرة التى لجأت اليها الدول المتحاربة •

وزاد من أهمية الرأى العام ، سقوط واندثار كثير من القيم والعادات والتقاليد المتخلفة التى كانت تفرض على العقول قيودا ثقيلة تعرقل حريتها وتحول دون انتشار الأفكار والآراء والقيم التقدمية •

ولعل « الأمم المتحدة » هى الرمز الحى لسيادة الرأى العام • فهذه المنظمة الدولية هى التعبير الفعلى عن الرأى العام العالمى •

ولن نمضى طويلا فى سرد مزيد من الأمثلة على أهمية الرأى العام فى القرن العشرين ، ذلك أن الفصول القادمة ، سوف تحفل بنماذج عملية من أحدث أساليب الكشف عن الرأى العام ، ونشوءه ، وقياسه ، وما شاكل ذلك من أمور تتعلق بالرأى العام ، والاعلام ، والدعاية ، والعلاقات والشئون العامة •

الفصل الثانى

عناصر الرأى العام

مهما اختلفت الآراء فى تعريف « الرأى العام » ، فان آراء العلماء والباحثين فى « عناصر » الرأى العام **لا تختلف الا من حيث « أسبقية »** عنصر ما على عنصر آخر ، ذلك أنهم جميعا **متفقون على أن هذه العناصر هى ما يلى :**

أولا : « الناس » الذين تتكون منهم الجماعة أو الجمهور .

ثانيا : البيئة التى يعيش فيها هؤلاء « الناس » .

ثالثا : التحديات ، والحاجات ، والامكانيات ، التى تتحكم فى حياة هؤلاء « الناس » .

رابعا : خصائص السلوك الاجتماعى لهؤلاء « الناس » .

وبالنظر الى أن كل عنصر من العناصر الأربعة سالفة الذكر ، يشمل عناصر فرعية أخرى تنبعث منه أو تترتب عليه، سواء بطريق مباشر أو بطريق غير مباشر ، فقد استقر رأينا ، خدمة لهذا البحث ، **على أن نوزع مادة هذا الفصل ، على النحو التالى :**

أولا : « الناس » وأهميتهم .

ثانيا : التراث الثقافى .

ثالثا : التنشئة الاجتماعية .

رابعا : الأحداث .

خامسا : المعتقدات المعتادة .

سادسا : القيم المشتركة .

سابعا : القومية ، كعقيدة .

ثامنا : العـــادات .

تاسعا : الاتجاهات أو الميول أو المواقف .

عاشرا : المعرفـــة .

حادى عشر : الأسرة .

ثانى عشر : المدارس .

ثالث عشر : العقيدة الدينية .

رابع عشر : الخرافات والأساطير .

خامس عشر : القـــادة .

١ ـ « الناس » ٠٠ وأهميتهم

يحاول « **الناس** » **أن يفهموا أنفسهم** والقوى التى تؤثر فيهم ، لأنهم يشعرون بأن مثل هذا الفهم أمر ضرورى ما داموا **يريدون أن يسيطروا** على مصائر أنفسهم سيطرة أكثر احكاما ودقة ٠

والواقع أن **البيئة المادية قد أضحت الآن مفهومه الى حد كبير.** فالشعوب ، بصفة عامة ، **تعرف من أين وكيف تستخرج المواد الخام** والوقود ، وتعرف كيف تصنع وتدير الآلات ، وتعرف كذلك كيف تسخر هذه الآلات فى تمكينها من سد حاجاتها ٠ ولئن كان الطقس، ومد البحار ، وفصول السنة أمورا لم يسيطر عليها الانسان سيطرة كاملة ولم ينظمها ويرتبها التنظيم والترتيب الكافيين ، **فان الانسان قد نجح ، على الأقل ، فى تحليلها ودراستها على نحو يكفى لتكيفها تكيفا يخدم مصالحه ٠**

ومع ذلك ، وعلى الرغم من ذلك كله ، **فان الانسان لم يفلح ،** حتى الآن ، فى **فهم** « **الناس** » **والسيطرة عليهم ، فهما مماثلا لفهمه لقوى الطبيعة المادية والسيطرة عليها ٠**

صحيح أن بعض الأفراد **يتمتعون بمهارة خاصة تتمثل فى فهم زملائهم والسيطرة عليهم** ، فالحنان الذى يبديه **الطبيب المحنك** وهو يفحص مريضا أو يعوده ، يريح هذا المريض ؛ **والمحامى الذكى** يفلح فى اكتساب ثقة القضاة ؛ **والحكام المتسلطون**

يفهمون شعوبهم ويسيطرون عليهم ، بل انه ليراود البعض اعتقاد بأن **الفارق الرئيسي** بين الحكام المتسلطين المستبدين والحكام الديمقراطيين هو النفوذ العظيم الذى يفرضه **المتسلطون** على شعوبهم ·

ومن ثم ، قد يقال ان **الناس ليسوا مجردين** تماما من فهم بعضهم البعض ·

غير أن **الأمثلة سالفة الذكر** عن أشخاص يفهمون الناس ويفلحون في السيطرة عليهم ، **لا تكفى للاقتناع بأن الانسان نجح فى فهم** « **الناس** » **والسيطرة عليهم تماما** · ذلك أنه ليس من السهل ولا من الممكن انكار الحقيقة المتمثلة في **وجود فجوة عميقة فيما يتعلق بفهم الانسان للناس** · فالجسم الانسانى ، هذا الكائن العضوى المعقد ، لا يزال يحتوى **على ألغاز** لا يستطيع **الطب** الآن ، وبعد مرور قرون طويلة انقضت فى البحث العلمى ، أن يفهمها أو يفك طلاسمها ! بل ان العقل الانسانى ، هذه الظاهرة البالغة الغرابة ، لم يصبح بعد ، مفهوما تماما ، **أو حتى فهما كافيا، من جانب الطب العقلى والطب النفسى** · كذلك ، **فان المجتمع الذى يعيش فيه الناس يحفل بمشكلات بالغة التعقيد يبلغ خطرها حدا يودى بسعادة بعض الناس ، ويدفع بالبعض الآخر الى الجنون أو الانتحار ، بينما يدفع بغيرهم الى النزاع والحرب** · ويكفى مجرد القاء نظرة عابرة لادراك الحقيقة المتمثلة فى أن **قليلا من الناس هم أولئك الذين يشعرون حقا بالرضا والسلام والأمن** ·

والواقع أنه لا يوجد فى شتى ميادين النشاط الانسانى ، **طريقة معينة محددة** يمكن السير فيها **لجعل المعرفة كاملة مطلقة** ، فالناس فى كل مكان يحاولون ، بقدر ما يستطيعون ، **زيادة معرفتهم عن أنفسهم** · غير أن **بعض المعرفة عن الناس قد تكون أسوأ من**

انعدام المعرفة على الاطلاق ، اذا كانت هذه المعرفة الجزئية مضللة . ومن ثم فان الناس لا شك سيفرحون ويتهللون اذا ما قدر لهم أن يضيفوا الى معارفهم عن أنفسهم قدرا مهما كان ضئيلا من المعرفة السليمة الممحصة التى توصل اليها الانسان فيما يتعلق بالطبيعة المادية والسيطرة عليها • ذلك أن مثل هذه المعرفة الاضافية المتمثلة فى تحليل أى موضوع يتعلق بالسلوك الانسانى ، انما تخفف بعض الشىء من المشكلات التى تواجهها الانسانية •

غير أنه -، لأسباب عديدة ومختلفة ، ليس من الممكن معرفة كل شىء عن شخص واحد معين بالذات ، فضلا عن عدم امكان معرفة كل شىء عن أشخاص كثيرين فى الوقت ذاته ، مهما استطال البحث وتشعب وتضخمت صفحاته ، بل ان المعرفة القليلة عن الناس التى أمكن الوصول اليها ، ليست موحدة ، ومن ثم فان أجزاء صغيرة من تلك المعرفة هى التى يمكن الاهتداء اليها بين الحين والحين ، وفى وقت معين بالذات •

كذلك فان المعارف الممحصة القليلة التى وصل اليها الانسان فيما يتعلق بعلم النفس ، انما أمكن الاهتداء اليها عن طريق مراقبة الانسان مراقبة دقيقة فى معامل ومختبرات وعيادات مخصصة لذلك ، وربما يرجع الفضل فى الاهتداء الى بعض الفهم لسلوكه ، الى الدراسات التى أجريت على كائنات عضوية حيوانية ـ أقل مرتبة من الانسان ـ يمكن السيطرة عليها بطريقة أكثر سهولة وكفاءة •

ومن المعروف أن لكل انسان سلوكا خاصا به ولكن لو تواجد هذا الانسان فى جماعة ما •• فان سلوكه يختلف تماما ـ ويكون فى هذه الحالة سلوكه اجتماعيا لأن الجماعة لها سلوك اجتماعى تتميز به •

وقد نلاحظ أن الفرد المثقف يتمشى مع الجماهير فى أوقات الثورات ويقـوم بنفس أعمالها ·· مثل ما حـدث من الأطبـاء والمفكرين والمحامين ·· وغيرهم من المثقفين ·· فى أثناء الثورة الفرنسـية فكانوا يحرقون ويقتلون ويسرقون ·· لأن عقليـة الجماهير تختلف هنا عن عقلية الفرد ـ ولذلك يقال دائما ان رأى الفرد غير رأى الجماعة غير رأى الشعب ·

ولعل من سوء الطالع أن علماء النفس ليسوا متفقين تماما على المبادىء العامة التى تحكم السلوك الانسـانى ، ففى الحقيقة توجد ـ فيما يتعلق بعلم النفس ـ **مدارس ومفـاهيم ونظريات** عـديدة تختلف وتتباين **بحسب احتـلاف وتبـاين** خبرة ومران واهتمامات وتعصب الباحث النفسى · ولئن كانت معظم الاختلافات هى مجرد اختلافات فى الصياغة اللفظية فان هناك اختلافات **أساسية وجوهرية فيما يتعلق ببعض الا مور الحيوية ·** فمثلا يذهب بعض علماء النفس الى أن تفسير سلوك **الفرد فى موقف معين لا يمكن أن يكون كافيا الا اذا أمكن ارجاعه الى الدوافع الرئيسية** داخل كل الكائنات العضوية **كدوافع الجنس والطعام مثلا ·**

ونخلص من هذا كله الى أن تطبيق **مبـادىء علم النفس أو قوانينه على المواقف الاجتماعية** التى تشـمل الناس جميعا ، ليس **بالعمل السهل اليسير ،** ذلك أنه قد يكون من المستحيل ، فى أغلب الأحيان ، السيطرة على، أو تحديد ، الأوضاع والشروط الأخرى التى تفترض أنها متماثلة على حين أنها ، فيما يتعلق بحياة الانسان الاجتماعى ، لا يمكن أن تكون كذلك ·

وايا كانت الحال ، **فان فهم الناس لبعضهم البعض أمر ضرورى وهام ، لأن هؤلاء الناس هم الذين الذين يكونون العنصر الأول من عناصر الرأى العام ، بوصفهم أصحاب المصلحة الحقيقية فى أن يكون سلوكهم الاجتماعى محققا لما يطمحون اليه ·**

٢ ـ التراث الثقافى

يشكل **التراث الثقافى** عنصرا **هاما من عناصر الرأى العام** ، فهذا التراث يلعب دورا هاما فى تكييف الأفراد والجماعات وتهيئتهم لتبادل أفعال وردود أفعال معينة تحدد أنماط سلوكهم الاجتماعى .

ولعل خير مثال على ذلك هو ما يقوله « جون دولارد »(١) من أنه فى الامكان ، علميا وعن **طريق بضعة افتراضات معينة** ، تحديد **نوع الأفكار والاراء التى سيعتنقها شخص ما ، تحديدا مسبقا** قبل مولده ، اذا نحن درسنا تراثه الثقافى . بل ان « جون دولارد » يذهب الى أبعد من ذلك اذ يقول انه « فى الامكان تحديد نوع الملابس التى سيرتديها ، واللغة التى سيتحدث بها ، والأفكار الدينية التى سيعتنقها، وخصائص العمل الذى سيقوم به أو الوظيفة التى سيشغلها ، بل وخصائص الزوج المرتقب أو الزوجة المرتقبة ، وكذلك ما يعتبره اهانة له وأيضا ما يعتز به ، بل وحتى آراءه فى « نظرية نمو الشخصية » وما شاكل ذلك من أمور نظرية بحتة بالغة الدقة والتخصص .

أما الحجة التى يسوقها « جون دولارد » للبرهنة على رأيه سالف الذكر ـ والتى يوافقه عليها « ليونارد دووب »(٢) ـ فهى

---

(١) John, Dollard, «Criteria for The Life History», New Haven: Yale University Press, 1935, Pp. 14-15.

(٢) Leonard W. Dobb, «Public Opinion and Propaganda» (New York: Henry Holt and Company, 1948) P. 49.

أننا كلما ازددنا **فهما ومعرفة بالطبقة** التى ينشأ الفرد فى ظلها ، **وبطرز التراث الثقافى السائد ، ازددنا قدرة على تحديد خصائص هذا الفرد قبل مولده** ،' « **فاذا ما كان مقدرا لهذا الفرد أن ينشأ** فى كنف أسرة تدين بالولاء للحزب الجمهورى وتقيم فى احدى المناطق الريفية بالولايات المتحدة الأمريكية ، فان ما يمكن التنبؤ به — بوجه عام — هو أن هذا الفرد سيدلى بصوته الانتخابى لمرشح الحزب الجمهورى عندما يصبح فى سن تسمح له بممارسة حق الانتخاب واذا ما كان مقدرا لهذا الفرد أن ينشأ فى كنف أسرة كاثوليكية ، **فاغلب الظن أنه سيعتنق وجهات النظر الكوثوليكية** سواء فيما يتعلق بالعقيدة أو بالشئون السياسية والاقتصادية والاجتماعية . واذا ما كان مقدرا لهذا الفرد أن يتعلم فى مدراس خاصة ذات اتجاهات ارستقراطية ، فأغلب الظن أنه لن ينضم الى حزب سياسى ثورى . **وهكذا فان جنين الرأى العام يمكن التكهن والتنبؤ به » (١).**

وليس هناك ثمة ألغاز أو طلاسم فى المفهوم الذى حدده « **العلماء الأنثربولوجيون للتراث الثقافى » ، فالثقافة فى نظرهم هى « طرز ونظم من العادات ، التى يمارسها الراشدون بدرجات متفاوتة ، والتى تساعدهم على التكيف والتوافق مع البيئة المحيطة بهم ، فضلا عن التكيف والتوافق مع بعضهم البعض ، وهذه العادات يتلقنها الابناء عن الآباء كما يكتسبونها من علاقاتهم واحتكاكهم بالمجتمع الذى يعيشون فى ظله »(٢) . فحين يقال عن هذه الامة أو تلك انها ، بحكم تقاليدها، أمة « مطيعة » أو انها أمة « متمردة » فان معنى هذا القول هو أن هذه الأمة أو تلك تتكون من شعب**

---

(١) Ibid, P. 49.

(٢) Ford, C. S., «Society, Culture, and the Human Organism», Journal of General Psychology, 1939, V. 20, Pp. 135-179.

تدفعه تقاليده وتراثه الثقافى الى « الطاعة » أو « التمرد » أى أن هذا الشعب قد غرست فى أفراده ، منذ طفولتهم الباكرة ، عادات معينة أدت الى اكتسابهم هذا الطابع ، وهى عادات تضعها وتدعمها المؤسسات القائمة مثل الأسرة والمعتقدات الدينية والبيئية المباشرة •

ومع ذلك ، يجب الاعتراف بأن التنبؤ بالعـــادات والمواقف والاتجاهات ذات الطبيعة الخـاصة ، عن طريق معرفة التقـاليد الثقافية ، كثيرا ما تاتى على خلاف الواقع •

فأولا : تلعب الأحداث الهامة دورا كبـيرا فى خلق عـادات وتقاليد جديدة يتوارثها الأبناء عن الآباء •

لهذا يجب التأكد من شكل وطابع وقوة ونمط أى تقليد من التقاليد الثقافية نرى أنه ذو فعالية فى التاثير على الرأى العـام ، قبل أن تصدر حكما عاما فى هذا الشأن • فالثقافة تتغير لأن الناس أنفسهم الذين يمارسونها يتغيرون وفقا لتغير الأحوال والأوضاع فى مجتمعهم •

وثانيا : فان السلوك ، فى وقت معين بالذات ، لا ينبثق فقط من التقاليد الثقافية التى يتلقنها المرء فى مراحل طفولته ، بل ينبثق أيضا من خليط من العوامل ذات الأثر الفعال فى حينها • فالرأى العام ، فيما يتعلق بالقادة السياسيين مثلا هو ـ جزئيا ـ وليـد الاحترام التقليدى لهم ، فضلا عن أنه يتاثر أيضا بالطريقة التى يسلك بها هؤلاء القادة أنفسهم ، ومدى قوة نفوذ القادة المعارضين، كما يتاثر بشتى ضروب الاستجابات وردود الأفعـال التى تفعل فعلها فى بيئتها • ومعنى هذا ، أن التقاليد الثقافية قد تلون الرأى العام ولكن دون أن تحدد ـ على نحو قاطع ـ مضـمونة ومحتواه الدقيقين •

لهذا يطلق على الرأى العـــام المتعلق بموضوعات متصـــلة ـ بشكل قاطع ـ بالتراث الثقافى اسم « الرأى العـــام الدائم » . بينما يطلق على الرأى العام غير المتعلق بحلول وقرارات متفق عليها ومتضمنة فى التراث الثقافى اسم » الرأى العام المؤقت » . فمثـــلا يشـــكل نفور الشـــعب العربى من الاســـتعمار ما يمكن أن يسمى « الرأى العام الدائم » ، وذلك لأن هذا النفور يستمد جذوره من تقليد ثقافى قديم كان يمارسه أجدادنا وآباؤنا الذين كثيرا ما أعربوا عن مقتهم للاستعمار .

ومن ناحية أخرى يشـــكل الموقف الذى قد ينشـــأ عن حادثة **انهيار منزل من المنازل** فوق سكانه ما يمكن أن يسمى **« الرأى العام** المؤقت » ، وذلك لأن هذا الموقف ، على الرغم من اهتمامنا الكبير بتلك الحادثة بسبب فداحتها ، لا ينشأ نتيجة لتقليد ثقـــافى قديم توارثناه جيلا بعد جيل .

والواقع أن كل فرد من أفراد المجتمع لايكتسب بشكل عشوائى وتعسفى ـ كل التقاليد الثقافية السائدة فى مجتمعه ، بل يكتسب عادات محددة هى تلك التى يتعلم أنها مشتركة بين أفراد المجتمع الذى ينتمى اليه . لهذا فان الجماعات كثيرا ما تتأثر بتقاليد ثقافية تتعارض مع بعضهـــا البعض ، فالاناث مثلا يملن الى اللعب التى تمثل عرائس ، ويملن الى الحياكة ، والزواج ، والأنوثة ، بينما يميل الذكور الى اللعب التى تمثل آلات ، كما يميلون الى الرياضة ، والشهرة ، والرجولة ، كل هذا ، على الرغم من أن الجميع ـ اناثا وذكورا ـ يعتنقون نفس المعتقدات والقيم الدينية مثلا . لهذا ، يجب علينا عندما نرجع الرأى العام السائد بين جماعة من الجماعات الى التقاليد الثقافية أن تحدد الجزء من التقاليد الثقافية الذى يؤثر فى هذه الجماعة بالذات .

وفضلا عن ذلك فانه يشترط لكى تحدد الثقافة سلوك الفرد ، أن يكون هذا الفرد متمتعا بالمهارة الكافية التى تتيح له القدرة على التعلم ٠

وكمجرد مثـــال ، أجريت بعض التجـــارب على توأمين تمت تنشئتهما فى بيئتين مختلفتين متعارضتين(١) فكشفت هذه التجارب عن نشـــوء اختلافات صـــارخة بين هـــذين التوأمين فيمـــا يتعلق بالخصائص الشخصية والقدرة العقلية والذكاء ، وهى اختـــلافات لا ترجع الى التفاوت فى المهارة والقدرة على التعلم فقط ، بل ترجع أيضا الى اختلاف التراث الثقافى وعوامل التنشئة وأساليبها ٠ لهذا يمكن القول بأن السلوك ــ بوجه عام ــ يتأثر ، على ما يبـــدو ، بمضمون التراث الثقافى مثلما يتأثر بالطريقة التى يتم بها تعلم هذا التراث الثقافى ٠

(١) Newman, Horatis H., Freeman, Frank N.; & Holzinger, Karl J., «Twins: A Study of heredity and environment» (Chicago: University of Chicago Press, 1937) Chapt. 12.

٣ ـ التنشئة الاجتماعية

يحدد التراث الثقافي كثيرا من عوامل وأساليب التنشئة ذات النفوذ والتأثير على الفرد • **فالآباء والأمهات يستخدمون طرقا تقليدية في احاطة أطفالهم بالرعاية اللازمة** ، وهي طرق تشمل **نظام التغذية** ، والتدريب على **النظافة الذاتية** ، واللعب ، والسلوك داخل المنزل وازاء الوالدين ، وما شاكل ذلك من أمور **يعتقد معظم الآباء والأمهات أنهم يعالجونها على نحو صائب** ، تماما مثلما يعتقدون أن العلاج الذي **يصفه الطبيب لطفلهم المريض هو علاج سليم صائب** • والواقع أن علاج الطبيب انما يستند الى أسس علمية ، على حين أن الطرق التي يتبعها الآباء والأمهات في تنشئة أطفالهم انما تستند في معظمها الى أسس ثقافية • بل ان بعض الآباء والأمهات والمدرسين أيضا قد يعجزون عن انتهاج ما تقضي به تقاليد التراث الثقافي ، كأن يكونوا متطرفين في أحكامهم فينصرف تطرفهم هذا الى الجوانب الغامضة في التقليد الثقافي • ذلك أنهم مثلا ، **قد يبالغون في تدليل الأطفال** أو عقابهم لا لشيء الا لأنهم ـ وهم صادقون مع أنفسهم ـ لا يعرفون ، في ظل أية ظروف والى أي مدى **يجب تشجيع أو عدم تشجيع** أنماط معينة من أنماط سلوك أطفالهم • ومن المحتمل الى حد كبير أن تخلف **مثل هذه التنشئة ـ سواء أكانت سليمة أم غير سليمة ـ آثار دائمة على شخصية هؤلاء الأطفال عندما يصبحون راشدين** ، وبالتالي فانها تؤثر عليهم بوصفهم ممثلين للرأي العام أو ناقلين له • وهذا

يكشف عن تطبيق آخر للنظرية القائلة بأن السلوك الراهن ـ فى الحاضر ـ ينتج عن تجارب الماضى ولكنه يكشف ـ على نحو خاص ـ عن أهمية خبرات الطفولة بالذات •

ولقد أشرنا ، فيما سلف ، الى الآباء والأمهات والمدرسين ذوى الآراء المتطرفة لكى نوضح أنه يحدث فى مرحلة التنشئة أن ينتقل التراث الثقافى الذى يسود جماعة من الجماعات الى الأفراد بشكل غير متكامل •

لهـذا ، فان التراث الثقافى يفقـد بعض قوته كعامل من العوامل التى تحدد السلوك فى اللحظة التى تتعرض فيها شخصية معينة محددة بالذات للفحص والاختيار ، ذلك أن هذه الشخصية المعينـه المحـددة بالذات قد تعرضت لمجموعة فريدة خاصـة من الظروف الثقافية أثرت تأثيرا فريدا خاصا على مكوناته العضوية ، لهذا فانه يكون من المفيد أكثر تحليل مثل هذا الشخص بوصفه فردا قائما ذاته ، بدلا من الاهتمام بالعادات المشتركة السائدة فى الجماعة التى ينتمى اليها •

ومن الواضح أن كل جيل انما يقـدر له أن يواجه ويعيش مشكلات عسيرة معينة خاصـة به ، فى فترة تنشئته ، ففى فترة طفولة الأجيال المتعاقبة تطرأ ظروف معينة مثل الرخاء أو الكساد الاقتصاديين والحروب الناشبة بالفعل أو الآثار المترتبة على حروب كانت ناشـبة من قبل ، والتغيرات البطيئة أو السريعة ، وروح التفاؤل أو القدرية ، فمثل هذه الأزمات أو الظروف والمناسبات الشاذة التى يشهدها المجتمع تؤثر على الأطفال الذين يعيشون فى ظلها • فالأطفال الصغار الذين عاصروا الحرب العالمية الثانيـة ، قدر عليهم أن يتعلموا أشياء كثيرة مثل نقص السـلع والتوزيع بالبطاقات ، والتضحيات ، والموت ، والمعارك ، والكراهية • ومن

ثم فان الآثار التى تخلفها عليهم مثل هذه الظروف والمناسبات يجب **أن توضـع فى الحسبان باعتبارها ستقرر سلوكهم فى المستقبل ،** غير أن ذلك يتوقف ، بدون شك ، على نوع العالم الذى سيعيشون فيه حين يبدأون ممارسة حياتهم كراشدين مستقلين ٠

هذا ، وقد أوضح الباحثون المحـدثون فى شئون الثقافة ، وبصفة خاصـة « كاردنر(١) » أن هناك علاقة هامة ومسـتمرة **بين التنشئة والتراث الثقـافى** ، وهى علاقة أشبه **بمشكلة أيهما نتج عن الآخر ، البيضة أم الدجاجة ؟** فالدجاجة هنا هى الأطفال الذين تتم تنشئتهم فى المجتمع بوسائل وأساليب معينة ناتجة عن التركيب الدفين للتراث الثقافى ٠ **والبيضـة هنـا هى التركيب الدفين للتراث الثقافى** الذى ينتج عن الوسائل والأساليب المعينة التى تتم بها تنشئة أطفال جيل آخر ، فى هذا المجتمع ٠ وهكذا ، **فان القيم والنظم السائدة فى مجتمع ما ، تكشف عن الوسـائل والأساليب التى تمت بها تنشئة أفراد هذا المجتمع** ، وبالتالى فانها **هى التى تبقى على هذه الوسائل وتلك الأساليب ٠ ومعنى هذا ، بكلمات أخرى أقل تجريدا ، أن الأبناء يشبهون آباءهم مثلما يشبه الآباء أجـدادهم ، ومع ذلك فان الأبنـاء أقل شـبها لأجدادهم !** ونخلص من هذا الى أنه اذا وضع أساس « **الرأى العام الدائم** » **فى أثناء عملية التنشئة** فان هذا الطراز من طوز « الرأى العام » **يتغير عندما تتغير وسائل وأساليب التنشئة** ، ومع ذلك فان هذه الوسائل وتلك الأساليب لا تتغير بسهولة وبساطة ، **لأنهـا** تشكل جزءا من التراث الثقافى ٠ وهذا هو أهم الأسباب التى من أجلها **تتصف التغيرات الاجتماعية بأنها بطيئة** ٠ غير أن الحلقة المفرغة

---

(١) Kardiner, Abram, «The Individual and his Society» (New York: Columbia University Press, 1939) Chapts 1-4.

المتمثلة فى العلاقة المتبادلة ، سالفة الذكر ، يمكن التأثير عليها اذا تغير اما الشبان الذين تتم تنشئتهم واما الراشدون الذين يقومون بهذه التنشئة ٠

والواقع أن قدرا كبيرا من الرأى العام ينبثق من « الرأى العام الدائم » الذى يتكون ، بشكل ما أو آخر ، فى أثناء عملية التنشئة ٠ واذا ما تأملنا التاريخ بوجه عام ، وضح لنا أن كلا من المؤرخ والرجل العادى الحصيف يميلان الى التـأرجح بين وجهتى نظر مختلفتين . فيبدو فى بعض الأحيان أن التاريخ يتقرر ويتحدد نتيجة للقوى الاجتماعية والاقتصادية ، بينما يبدو فى أحيـان أخرى أنه يتقرر ويتحدد نتيجة لما يفعله الرجال العظام أو قادة المجتمع ٠ ومن ثم ، يمكن القول بأن القـــادة مهمون ، بل انهم يكونون ، فى بعض المناسبات ، أهم منهم فى مناسبات أخـرى ، ولهذا فانهم يستطيعون أن يؤثروا على الوسائل والأساليب التى يتوسل بها التراث الثقافى لتحـديد وتقرير نوع الرأى العـام وطرازه ٠

٤ ـ الأحـــــداث

يصف علمـاء النفس « الحـدث » بأنه مجموعة **من المنبهات المعقدة ، تولد اسـتجابة من جانب النـاس** • وتؤثر الثقافة في الناس عن طريق **ابراز حدث من الأحداث كالاحتفال** بعيد وطني أو تخصيص يوم أو أسبوع **للاحتفال** بالشرطة مثلا • بل ان عملية التنشئة هي سلسلة من **الأحداث** كتغذية الطفل أو المحادثة في أثناء تناول الطعام بقصد تدريب الأطفال على مراعاة قواعد **«الاتيكيت» وآداب المائدة ، أو انتهاز هذه الفرصة لتمكين الأطفال من الوقوف على أفكار وقيم ومعتقدات آبائهم وأمهاتهم ، وهذا هو ما يفعله القائد أيضا ، ذلك أنه بخلق أحداثا معينة كأن يلقى خطبة ـ في اجتماع جماهيرى ـ يتحـدث فيها عن موضـوعات تهم الشعب ، وكأن يصدر قرارا أو قانونا هاما يؤثر على الناس تأثيرا قويا •**

والواقع أن أى حدث هو **نتاج قوى تفعل فعلها داخل المجتمع،** سواء أكانت هذه القوى جزءا من التقليد الثقـافي أم ناتجة عن وسائل وأساليب التنشئة ، أم مجرد تعبير عن القيـادة • غير أنه ليس من السهل دائما تقرير وتحديد العلاقة بين الحدث والمجتمع ، ومن ثم فانه من الأيسر ، في معظم الأحيان ، **الإشارة الى الحدث ذاته بوصفه العامل الذى يقرر ويحدد السلوك والرأى العام •**

ومما هو جـدير بالذكر ، في هـذا الصـدد ، أن **الظواهر الطبيعية** هي أحداث تكون ، في بعض الأحيان ، **ذوات أهمية بالغة**

فيما يتعلق بتقرير وتحديد الاستجابات البشرية • فمثلا عندما يجتاح اعصار شديد أو سيول دافقة ، منطقة من المنـاطق ، فان عـلاقات النـاس بعضهم ببعض لا تلبث أن تتغير على الفـور ، بأن يصبحوا أكثر تعاطفا ومودة وتعاونا على نحو يشكل خروجا على عاداتهم المألوفة ، ذلك أنهم يصبحون ، فى مثل هـذا الظرف ، متسـامحين — وربمـا مشجعين — ازاء أمور تعتبر ، فى الظروف العـادية ، من المحرمات ! • ومثـلا ، عنـدما تهب على احـدى المناطق موجة حارة شـديدة ، فان أكثر الأشـخاص تمالكا لذاته وأفضلهم خلقا ، يصبح سريع التهيج والغضب ، الى حد ما • كذلك تؤدى هذه الموجـة الحارة الى نشوء سلسلة من الأحـداث فيهرع الناس الى المصايف والمناطق المعتدلة الطقس ، كما يزداد الاقبال على المثلجات ، وهكذا فانه فى مثل هـذا الظرف — ظرف الموجة الحارة — يتضاءل الاهتمام بالمسائل والموضـوعات الأخرى الأكثر أهمية ، أى أن الرأى العام ازاء أمثال هذه المسائل والموضوعات الهامة يظل هاجعا ريثما تنتهى هذه الموجة الحارة •

وبالنظر الى أن الاعصـار أو السـيل أو الموجـة الحارة ، **ليس الا حدثا مؤقتا** ، فان الرأى العـام ازاءه ، هو « **رأى عـام مؤقت** » يختلف عن « **الرأى العام الدائم** » **المنبثق من التقاليـد الثقافية** • ومع ذلك فان كل ردود الأفعال البشرية تقريبـا ازاء الأحداث الطبيعية تتضمن عاملا ثقافيا • غير أنه من خطل الرأى الاعتقاد بأن ما هو طبيعى فى الطبيعـة يؤدى الى نشـوء ما هو طبيعى فى الانسـان ! ففى أثناء **الاعصـار أو السيل أو الموجة** الحارة ، وبعد ذلك أيضا ، قد يكون النـاس خائفين مرتعدين • ومن ثم يسلكون بحسب هذا الخوف ؛ لكنهم حين يفعلون ذلك فان **الخلفية الثقافية تؤثر فى قطاع من سـلوكهم كان يعمدوا مثـلا — شانهم فى ذلك شان ما يفعله الرجال فى مجتمعنا الراهن — الى**

انقاد النساء والأطفال أولا • ونخلص من ذلك الى أن الرأى العام الفعلى فى ظروف النكبات لا يعتمد اعتمادا كليا على الحدث ذاته ونتائجه ، ذلك أن بعض العوامل الأكثر دواما تفعل فعلها أيضا •

بل ان الرأى العام الخارجى (الظاهرى) ـ أى المعبر عنه علناـ هو فى ذاته ، حدث يؤثر ليس فقط على القادة بل أيضا على الناس أنفسهم الذين يعبرون عن مواقفهم واتجاهاتهم • ومن ثم فان ما يفكرون فيه وما يفعلونه، فى المستقبل، يعتمد الى حد كبير على درجة ما يؤدى اليه سلوكهم الراهن من ثواب أو عقاب • فمثلا اذا كان الرأى العام الفعلى يشجع احتساء الخمر ، واذا كانت الخمر تشبع رغبات أولئك الذين يحتسونها ، واذا كان القانون لا يعاقب على احتسائها ، فان فرص تكرار هذا السلوك فى المستقبل ، فى ظل ظروف وأوضاع مماثلة ، تكون كبيرة ومحتملة الحدوث • بل ان التكرار قد لا يقتصر على ممارسى احتساء الخمر وحدهم ، بأن يشمل أيضا الجيران الذين تعلموا أو أدركوا عن طريق السماع أن مثل هذا السلوك لا عقاب عليه • وعندئذ ، وعلى هذه الوتيرة ، يصبح احتساء الخمر مثلا تقليدا ثقافيا ، وبالتالى رأيا عاما دائما فى المجتمع الذى يبيح ذلك !

٥ ـ المعتقدات المعتادة

يؤكد « كلايد كلاكهون » ـ Clyde Kluckhohn ـ و « دوروثى ليتون » ـ Dorothea Leighton ـ أن البنـاء الاجتماعى المسـتقر لا يأتى الا اذا كان غالبية الأفراد فى المجتمع يحسون برضاء كاف فى بلوغ الأهداف المعتمدة من المجتمع للتعويض عن العناء الذى تفرضه الحياة الاجتماعية المستقرة ، فوسائل الثقافة وغاياتها فى مجتمع منظم ، تبدو وكأن لها معنى عند أعضاء هـذا المجتمع ، والاصطناع (تركيب مركب عن طريق الجمع بين مركبات) انما يتحقق من ناحية عن طريق الحوار المفتوح حول الصور السائدة فى الجماعة وتطلعاتهـا بالنسبة لقوانينها ، ومن ناحية أخرى عن طريق العادات المدركة غير المقصودة ، أى الطرق المعتادة فى النظر الى الأحداث(١) ٠

ان الطرق التى تتوقع الجماعة من أعضائها أن ينظروا بها الى الأشياء تصبح معروفة بطبيعتها الانسانية التى لا تتغير ؛ « فعند معظم الناس ولمعظم الوقت تصبح الطرق المعتادة فى الكلام والسلوك والشـعور والاسـتجابة ـ وهى الطرق التى اعتـادوا عليها من الطفولة ـ جزءا من حتميات الحيـاة كالهـواء الذى يتنفسونه ،

(١) Clyde Kluckhohn and Dorothea Leighton, «The Navaho» (Cambndge: Harvard University Press, 1946) P. 217.

ويميلون عن غير وعى الى الشعور بأن كافة الكائنات البشرية العادية يجب ألا يحسوا ولا أن يسلكوا الا فى حدود التباين التى تسمح بها طريقتهم فى الحياة ، على أنهم حين يضطرون الى أن يتعاملوا مع جماعات أخرى لها مجموعات أخرى من الفروض المعتادة عن طبيعة الأشياء ، فانهم كثيرا ما يدمغون الجماعات الأخرى بأنها « جاهلة » أو « غبية » أو « عنيدة » أو « متعلقة بالخرافات !(١) » .

(١) Ibid, P. 232.

٦ ـ القيم المشتركة

لم يكن رجال العلوم الطبيعيـة شـاذين فى موقفهم من أن الحقائق والسياسة الاجتماعية لا يختلطان ، فهناك مثلا بعض الآراء التى عبر عنها « رالف لينتون » ـ Ralph Linton ـ فى سنة ١٩٣٦ واعتبرت على أحسن الفروض غير عادية ، فقـد قال « ليس ثمة مشكلة من المشكلات التى تعترض الوضع الحاضر غير قابلة للحل فعلا ، واذا تقلصت ثقافتنا ومجتمعنا فلن يكون ذلك نتيجة نقص فى الذكاء لمواجهة هذا الموقف ، لكنه يكون نتيجة انعدام الارادة المتحدة لوضع التغييرات المطلوبة موضع التنفيذ ، ان ما يفتقده العالم الحديث أكثر بكثير من طرق الانتاج المحسنة أو حتى من التوزيع الأكثر عدالة ؛ انه سلسلة من الآراء والقيم المستقيمة الثابتة المبدأ ، التى يشترك فيها كل الأعضاء .. ولعل شيئا من هذا النوع يمكن الاهتداء اليه فى الوقت المناسب لمنع الانهيـار الذى يبدو بغير ذلك حتميا(١) » .

والواقع أن « لنتون » لم يأت بجديد ، وانما قام بمجرد اعادة تشـكيل آراء قديمة قـدم تاريخ الفكر ، فأفلاطون تصـور أن

---

(١) Ralph Linton, «The Study of Man», (New York: D. Appleton Century Co., 1936) P. 287.

الشخص المنعزل عن الدولة لا يعتبر شخصا على الاطلاق ، كما أن الذراع المنعزل عن الجسم لا تكون له وظيفة وان كان له شكله • فاذا انتقلنا الى العصور الحديثة نجد « جون ديوى » يقول انه اذا أراد عدد من الأشخاص أن يكونوا مجتمعا ، وجب أن تكون لهم قيم يقدرها الجميع معا(١) •

---

(١) John Dewey, «Freedom and Culture» (New York: G. P. Putnam's Sons, 1939) P. 12.

٧ – القومية كعقيدة

فى كتابة بعنوان « بناء العقل الحديث » ، كتب جون هيرمان راندال » John Herman Randall يقول : « مهما يكن أصل الوطنية وقيمتها الكبرى ، فهى بغير شك أكثر المثل الاجتماعية انتشارا فى هذه الأيام • انها الدين الحديث •• ان العجز عن الاحساس بالقوة الطاغية لندائها هو العجز عن الانتماء الى العالم الحديث ؛ ان معناه هو أن تكون خارجا على القانون وأفاقا على وجه الأرض ، انه ذلك الشيء الرهيب • ان تكون انسانا بلا وطن(١) » •

ويقول هارولد •ج• لاسكى — Harold J. Laski — : « اننا فى تفكيرنا السياسى نميل الى أن نتبنى نوعا من الأحدية (القول بأن الحقيقة كل عضوى واحد) على أنها الطريق الصحيح للفكر ، ونحن نتمثل الدولة على أنها سلسلة شاسعة من الدوائر المتحدة المركز ، كل منها تحتوى الأخرى ، فنحن ننتقل من الفرد الى الأسرة ، ومن الأسرة الى القرية ، ومن القرية الى المدينة ، ثم الى الأقاليم ثم الى الدولة التى تضم الجميع •• ان على أفراد النقابات العمالية والرأسماليين سواء بسواء ، أن يتخلوا عن مصالح أفراد

---

(١) John Herman Randall, Jr. «the Making of the Modern Mind» (revised edition; Boston: Houghton Mifflin Co., 1940) Pp. 668 - 669.

جماعتهم الصغيرة المتناقضة فى سبيل المطالب الكبرى لذلك المجتمع الشامل ، ونعنى به الدولة(١) » ، ويلخص « ألدوس هكسلى » – Aldous Huxley – القومية بأنها نظرية أن الدولة التى يعتبر الشخص أحد رعاياها هى الاله الحقيقى الأوحد ، وان كل الدول الأخرى آلهة زائفة(٢) .

---

(١) Harold J. Laski «Studies in the Problem of Sovereignty» (New Haven: Yale University Press 1917) Pp. 3-5

(٢) Aldous Huxley, «Apo and Essence» (New York: Harper & Brothers, 1848) P. 126.

٨ ـ العـــادات

ان الخاصية الرئيسية للانسان ، كما ذكرنا فيما سلف ، هى قدرته على التعلم · بل ان التقدم الذى يحرزه الطفل وهو ينتقل من مرحلة الطفولة الى مرحلة النضج ، انما يقاس بما يتعلمه ·

وتتوقف بعض ضروب التعلم على قدرته البدنية ، أو تطوره السيكولوجى ، أو الخبرات التى يكتسبها من البيئة ، أو الآثار التى تطبعها هذه الخبرات على شخصيته ·

وتستخدم كلمة « التعلم » كاشارة الى السـلوك حين يصبح مختلفا نتيجة لخبرة أو تجربة سابقة · ويمكن أن يوصف اختلاف السلوك ، فى هذا الصدد ، بأنه تغيّر يطرأ على المنبه الذى ينشأ عن نفس الاستجابة تقريبا ، كما يمكن أن يوصف بأنه تغير يطرأ على الاستجابة التى تنشأ عن نفس المنبه تقريبا ·

وتتطلب كل ضروب التعلم ، بمـا فى ذلك أبسط الأنواع كالتعلم الشرطى مثلا ـ أن يصبح الدافع نشيطا داخل الفرد ، وأن يتحقق نوع ما من أنواع جـزاءات الثواب(١) · فالكـلاب التى استخدمها بافلوف ـ Pavlov ـ فى تجـاربه عن التعلم الشرطى

---

(١) Miller, Neal E & Dollard John, «Social Learning and Imitation» (New Haven: Yale University Press, 1941) Chapt. 2.

والتى كانت تطلق اللعاب بعد سماع الصوت الصادر عن الشوكة الرنانة على حين كان هذا الصوت يحدث فى الماضى قبل المنبه غير المشروط المتمثل فى الطعام ؛ تقول ان هذه الكلاب قد كشفت عن طبيعة التعلم ولكن بشروط معينة هى أن تكون هذه الكلاب جائعة، وأن يكون هناك فاصل زمنى يفصل بين المنبهين المختلفين ، وألا يشتت انتباه الكلاب بسبب أصوات أخرى غير تلك التى اعتادت عليها ، وأن يعزز المنبه المشروط المتعلق باطلاق اللعاب عند سماع الجرس ، وذلك عن طريق تقديم الطعام فعلا لهذه الكلاب .

وهكذا يتضح أن تعلم الربط بين أى منبه وأية استجابة هو ما نطلق عليه اسم « العادة » . غير أن العادة ليست رباطا ميكانيكيا بين أى منبه وأية استجابة ، بمعنى أن يعمل هذا الرباط أوتوماتيكيا بمجرد ادراك المنبه ، فمرة أخرى ، يجب أن يكون هناك دافع نشيط والا فان المنبه لن يمكن ادراكه ، أو أن الاستجابة لن تحدث . فالعادات تخدم الدوافع .

وبالاضافة الى ذلك ، فان المنبه قد يكون معقدا وقد يكون نمطيا كوجه الانسان الذى يثير فى معظم الأحيان استجابة غير ودية بالنسبة لشخص معين . كذلك قد يتصف المنبه بأنه منبه داخلى كالفكرة التى تطرأ للفرد بعد قراءة لافتة معينة ، فهذه الفكرة هى أيضا منبه ينشىء استجابات أخرى داخلية أو خارجية . وتسمى مثل هذه الاستجابة « المنبه المنتج لاستجابة » أو « الاستجابة المساوية لقيمة منبه » . كذلك فان المنبه قد يكون نوعا آخر من الاستجابات الداخلية كالشعور بالألم بعد تلقى صفعة ، فهذه الاستجابة تعمل بوصفها منبها ينشىء دافعا . ويسمى هذا الطراز من الاستجابات « الدافع المنتج لاستجابة » أو « الاستجابة المساوية لقيمة دافع » .

وفضلا عن ذلك ، فان الاستجابة التى تشكل عناصر ومقومات العادة لا يتعين ، بالضرورة ، أن تكون متماثلة • فالمدخن قد يمسك بالسيجارة فى يده اليمنى أو فى يده اليسرى ، وقد يدخن احدى سجائره فى مناسبة ما بينما يفضل سيجارة من صنف آخر فى مناسبة أخرى ، وقد يدخن أى نوع من السجائر دون التقيد بصنف معين . لهذا فان كلمة « العـادة » تستخدم الآن على نطاق واسع يشـمل ضروريا متباينة ومختلفة من السلوك ، فالسباحة توصف بأنهـا عادة ، والاضطهاد العنصرى يوصف بأنه عادة ، وهكذا دواليك !

وهكذا فان التعلم يمكن النظر اليه بوصفه عملية احداث ، أو اضعاف ، أو تقوية ، أو استئصال العادات • كذلك فان جوانب معينة من الشخصية تلعب دورا يبلغ من الأهمية حدا يجعل من هذه الجوانب عوامل مفردة تتطلب معـالجة خاصـة ، ونعنى بذلك : الاستجابات التى تنتج عن طريق العادة ، مع أنها استجابات ذات خصائص فريدة ، ونقصد بما سلف : الاتجاه أو الموقف أو الميل ، والمعرفة •

٩ ـ الاتجاهات أو الميول أو المواقف

ليس خافيا على أحـد أن لكل فرد ميولا خاصة به نحو الناس والأشياء في بيئته • وترتبط هذه الميول ، في معظم الأحيان ، برد فعل عاطفي أو تقويمي • فالميل قد يكون وديا أو غير ودى ، وقد يكون محبذا أو غير محبذ ، وقد يكون ايجابيا أو سلبيا ، وقد يكون منطويا على احترام وقد لا يكون • فعندما يقال مثلا أن لهذا الفرد ميلا نحو بلده ، أو البلدان الأخرى، أو أصدقائه أو أعدائه، أو فاكهة ما ، أو نوع من الطائرات ، فان معنى هذا هو أن لهـذا الشخص في معظم الأحيـان اما مشاعر معينة واما مشـاعر عامة نحو المنبهات سالفة الذكر ، الفعلى منها والرمزى ، وأن سلوكه محكوم ـ بشكل أو آخر ـ بهذه المشاعر •

والواقع أن كلمة « **ميل** » هي مصطلح غامض بعض الشيء سواء استخدمه الرجل العادى ، أم اسـتخدمه العالم الاجتماعي ، وذلك لأن المصطلح غالبا ما يلفت الانتباه الى مشكلة نفسية دون **أن يسـهم في تقديم حل جـذرى لها(١) • فالميول الكامنة وراء الاضطهاد العنصرى مثلا هي نتاج التجارب السابقة** لهذا يصعب تلافيها لأن هذه التجارب قد تتكرر مرات ومرات في مجتمع معين

(١) Doob, Leonard W., «The Behavior of Attitudes. Psycholoqical Review,» 1947, V. 54, Pp. 135 - 156.

بالذات • كذلك فان الميول السياسية تتطور وترسخ كلما ازداد الفرد نضجا •

هذا ، ويجب قبل نشوء أى ميل ، أن يوجد شكل أو آخر من المنبهات • وقد تكون هذه المنبهات مختلفة متباينــة كلون الوجه مثلا ، أو شكل الأنف ، أو تجعدات الشعر ، أو نوع الاسم ، أو طرا زالملبس ، أو طريقة نطق الحروف وغير ذلك ، فكل هــذه الأشياء هى منبهات تنشىء الاضطهاد العنصرى مثلا • غ يرأنها تشكل فى معظم الأحيان ، جزءا من نمط •

وفضلا عن ذلك ، فان الميول هى استجابات داخلية ذات شكل مميز • فهى حين تثار تفرض على المرء ، سلفا ، اتخاذ استجابات واضحة ومعينة • وبذلك يصبح الميل استجابة مسبقة أى استجابة تتم فى مرحلة مبكرة عما كان ينبغى لها أصلا ••• مثال ذلك ، أن الطفل الذى يتألم مرة ، لأنه لمس المدفاة الكهربائية يتعلم ، على الفور ، أنه يتعين عليه أن يبتعد عن المدفاة الكهربائية أو على الأقل يحرص على ألا يلمسها حتى لا يستشعر الألم الذى استشعره فى المرة السابقة •

وتنطوى الميول على تعقيدات ليس هذا مجال حصرها • غير أن خاصية التعقيد هذه ـ وبصفة عامة ـ تصبح أكثر وضوحا عند فحص طبيعتها كدافع ، وذلك بالمقارنة بشخصية الفرد ككل • فمثلا يجعل منبه ما ، الفرد فطنا وواعيا الى أنه جائع • غير أن مثل هذا الدافع لا يفعل فعله من تلقاء نفسه • فالفرد قد لا يكون ميالا ، بشدة ، الى تناول الطعام ، وقد لا يكون له طعام مفضل معين بالذات، ولكنه يسعى ، مع ذلك ، الى تناول طعام معين لا لشىء الا لأن هذا السلوك يتمشى مع العادات التى درج عليها فى حياته اليومية •

ولئن كانت معظم الاستجابات الداخلية تتعلق بالميل ، فانه من الواجب التنبـه الى الفوارق بين الاسـتجابات الناتجة عن ميل ، والاسـتجابات الداخليـة الأخرى ، ذلك أن كثيرا من العواطف والمشاعر ــ وهى بدورها استجابات داخلية ــ تندرج تحت طائفة الميول عندما تمثل أو تنشىء سلوكا اجتماعيـا ذا طبيعة هامة • كذلك توجد استجابات لا حصر لها ، ناتجة عن العادة ، تنشأ داخل الفرد دون أن تكون لها قيمة الدافع أو على الأقل يكون الدافع الكامن فيها أضأل ما يكون ؛ فالاستجابة للمنبه المتمثل فى السؤال عن الرقم الذى يلى الرقم «٣» مثلا ، هى بالطبع الاجابة بأنه الرقم «٤» • •

وهذه الاستجابة التى لا تكون لها قيمة الدافع هى مانسميه « المعرفة » •

١٠ ـ المعرفــة

ينظر الى المعرفة ـ بوجه عام ـ على أنها ، ببساطة ، ما نعرفه عن أية ظاهرة من الظواهر • ويفترض دائما أن المعرفة اما أن تكون أصيلة وكامنة بشكل مباشر داخل الفرد ، واما أن تكون صادرة عن مصدر خارجي يمكن التعلم منه كالكتاب مثلا • ومن ثم ، فان المعرفة هى محصل آخر من محصلات تجارب الماضى ؛ محصل يمكن أن يؤثر على السلوك فى الحاضر والمستقبل • كذلك لا يقتصر مفهوم المعرفة على التعليم المدرسى أو التدريب التقنى العملى ، بل يشمل أيضا ما يمكن أن نسميه الخبرة أو الدراية بطريق العمل • ومن ناحية أخرى ، فان المعرفة ، بوصفها استجابة ناشئة عن العادة، انما ترجع الى الدافع ، وبالتالى فانها ترجع الى الميل • ذلك أن بعض المنبهات يجب أن تنشأ وتثير استجابة تتضمن معرفة ما ، وأن يكون الدافع قد أثير من قبل • ولئن كان الحديث عن المعرفة يثير ، فى معظم الأحيان ، مشكلة الصدق والزيف ، فان هذه المشكلة ليست واردة فيما يتعلق بعلم النفس • كذلك يوجد عامل آخر يرتبط بالمعرفة مع أنه يختلف عنها اختلافا أساسيا ، هذا العامل هو : المهارة • وهذه المهارة ـ ونحن نذكرها هنا بشكل عارض ـ يمكن القول بأنها تمثل قدرة الفرد على ادراك المنبه وقدرته على تكييف أو تغــيير الارتباطات الناشــئة عن العادة ، بين المنبهات

والاستجابات . ذلك أن كل عضو من الأعضاء الحسية فى جسم الانسان يتمتع بدرجة معينة من المهارة . وبالمثل ، فان الأفراد يختلفون من حيث المهارة الكلية التى نسميها « الذكاء » بوصفه القدرة على التعلم ، أو على الأقل بوصفه الجزء من القدرة الذى لا يتأثر بالتجربة السابقة .

١١ ــ الأســـرة

لعل أهم الأسس التنظيمية للرأى العام هو الأسرة ، فالمشاعر الأساسية نحو الحب والولاء ، والوضع الاجتماعى ، والتنافس ، والتطلعات ، انما نجد أصلها فى الأسرة .

ويفترض أن الأسرة تقوم على أساس من الحب، والحب وحده ، ولئن كانت روابط الأسرة فى الحضارة الحديثة تتهاوى ، « فان ذلك لا يرجع الى أن طبيعة الانسان محرومة الآن من الحب أكثر مما كانت بل يرجع الى أن الأسرة بعيـدة عن الانسـجام مع العالم الحديث ، ومن ثم لا تشبع أكثر حاجات أعضاء الأسرة حيوية(١) .

فالطفل فى سن مبكرة يتعلم اجابة على تساؤلاته التى لا حصر لها ، وهى اجابة تجعله يشعر بأن التعمق فى بحث أى موضوع ، يؤدى الى نوع من الارتباك والحيرة ؛ ثم حين يشب قليلا يتعلم أن أساس الاجابات هو بعض العبارات العامة مثل « هذا هو ما يقوله الناس » أو « هذا هو رأيى وقد أكون مخطئا » أو « هذا هو ما أذاعه الراديو » ، أو « هذه هى الحقيقة على قدر علمى » ، أو ... أو .. الى آخره .

وفى سن الرابعة أو الخامسة ، يكون الأطفال كلهم تقريبا قد تكيفوا بصورة يتقبلون بها أوامر عائلاتهم بأن يقولوا « أشياء معينة » بطريقة معينة عمادها ما تعلموه من الأسر .

---

(١) Della D. Cyrus, «What's Wrong With the Family?.» The Atlantic Monthly (Nov. 1946 ; vol. no. 5) P. 67.

١٢ ــ المــدارس

ثم تقوم « المدارس » ــ أى التعليم ــ بالمهمة الباقية ، ونعنى بذلك تهيئة الأطفال لمواجهة الحياة ، غير أن العامل الأول فى التعليم ، بوصفه أحد مكونات أو عناصر الرأى العــام ، هو أنه لا يغير الرأى بحيث يتطابق مع الحقائق ، وانما يميل الى تبرير أى شكل من أشكال الرأى الذى هو جزء من ثقافتنا · ان التعليم أداة تستعمل أكثر ما تستعمل لتدعيم معتقداتنا الموجودة ·

لهذا ، فان التعليم يتوخى تحقيق الأهداف التالية :

١ ــ بث الوطنية في الأطفال ، بحيث يصبح كل طفل مؤمنا بوطنه ومتحمسا له ·

٢ ــ بناء الخلق ، والحث على محاولة القيام بأعمال شجاعة ؛ وذلك عن طريق اطلاع الشباب على أمجاد البلاد وشعبها وقادتها ·

٣ ــ تبني الاحــترام الشــخصى الشــديد ، وتأكيد النجاح لا الفشــل ·

١٣ ـ العقيدة الدينية

ان آثار الدين على الرأى العام ، من الصعب تقييمها بسبب المشكلات التى تصحب عنف العقيدة ، وخاصة فيما يتعلق بمسائل الأسرة والجنس ٠ ففى هذا الصدد ، تميل معظم العقائد الى القول **بأن الجنس يستهدف انجاب الأطفال ، وأن كل العلاقات الجنسية خارج نطاق الزواج ذنب لا يغتفر ٠**

على أن الدين يفرض نفوذا أوسع حتى على غير المتمسكين به ، عن طريق النفوذ الذى كان له عبر القرون ٠

وفى الزمن القديم ، حين كان للدين سلطانه على حياة وموت الفرد ، كان الانحراف عن القوانين الجنسية المرعية يجعل الآثم على علم دقيق بما ينتظره من عقاب ، أما اليوم فان نفوذ الدين غير مباشر ، لكن القوانين الدينية القديمة ماتزال المصادر الأولى للسلوك والآراء والمثل والمنطق الذى يشكل به الأفراد حياتهم الجنسية ٠

وثمة اتجاه آخر هو عملية التعريف الدائرى ، مثال ذلك قولهم: **« ان الله هو الخير ، والخير هو الله » : فانت اذا سألت « ما هو الله ؟ » كان الجواب « هو الخير » ، واذا سألت : « ما هو الخير ؟ » كان الجواب : « هو الله » وبالطبع فان مثل هذه المعتقدات تشكل مصدرا من مصادر الرأى العام ، كما أنها تؤثر فى تشكيل الرأى العام ٠**

١٤ ـ الخرافات والأساطير

يمكن القول بأن الخرافات عبارة عن قصص معدلة عن أحداث قديمة أو شخصيات تاريخية أما الأساطير فهي قصص خيالية لمعنى الحياة ٠

والأساطير والخرافات انحدرت الينا من الماضي كجزء من تراثنا الثقافي ، ولا يكترث الرجل العادي اليوم للأساطير والخرافات التي تدور من حوله كما كان يكترث لها الشخص البدائي ٠

والأسطورة والخرافة عبارة عن امتداد العالم في خيال الطفل ٠ والعملية حتمية حقا ، فلو لم تكن لنا خرافاتنا الحالية لنسلمها لمن بعدنا ، لصنعنا خرافات جديدة عن غير وعي منا ٠

وسواء أكانت الخرافات مختلفة قصدا أو عن غير قصد ، فالحقيقة باقية ، وهي أن جماهير البشر تعيش في هذه الصور الخيالية ٠٠٠٠(١) ٠

وفي النصف الثاني من القرن التاسع عشر ، تزايد اهتمام كثير من علماء الاجتماع بمشكلة الأساطير والخرافات ، وعمد الباحثون في الآراء والمعتقدات الدينية الى أن يدافعوا عن المذهب

(١) K. Young, «Social Psychology», Appleton - Century - Crofts Inc., New York, 1930, chap. 17.

العقلي ، والى مناقشة أساطير مختلف العقائد الدينية ، أما المؤمنون بمذهب النشوء فقد درسوا الأساطير كتطور باكر في تاريخ الثقافة . وأما المؤرخون فقد ربطوا السجل التاريخي بالأدلة الأسطورية ، وأخيرا ، وفي ختام القرن وبداية العشرات الأولى من القرن الحالي نوقشت بعض العقائد الحديثة في صورة الأساطير والخرافات ، على يد « سوريل » Sorel و « ديليزي » Delaisi وغيرهما(١) .

والواقع أن جزءا من معتقدات وآراء كل الشعوب انما هي قصص أطلق عليها في السنين الأخيرة اسم « الأساطير » و « الخرافات » ، فبين الشعوب البدائية وفي الثقافات الشعبية تشكل الأساطير والخرافات جزءا من الفولكلور الشعبي ؛ وهذه القصص تشبع الحاجة السلوكية وتحفظ القيم الثقافية ، وتفرض نفسها اليوم عن طريق قيادة واعية تستهدف نشر مذهب معين أو السمو بفرد معين . **ولا شك في أن القيادة في الماضي كانت أحيانا تستخدم الأساطير والخرافات كأداة للسيطرة ، لكن القيادة في الماضي لم تكن تملك أدوات الاتصال بالجماهير ، ولم تكن تملك هيئات الدعاية الواعية .**

فالارستقراطيون الذين كانوا يحكمون المجتمع الاقطاعي (كما كان يعتقد في ذلك الحين) كحق الهي لهم ، كانوا يدعمون حكمهم وسيطرتهم ببناء محكم من الأساطير يتناول طبيعة الكون المادية ، ولم يكونوا ينظرون ، بتسامح ، الى الكشوف العلمية

(١) G.. Sorel, «Reflections on Violence», 1906, authorised translation by T. E. Hulme, Peter Smith, New York, 1935.

الباكرة ، فقد أحرق « برونو » Bruno وهدد « جاليليوو » Galileo **لا لأنه قال أشياء صحيحة عن العالم ، ولكن لأن قول أشياء صحيحة لم يكن يتفق مع سيادة الأرستقراطيين ، لقد كان العلم الطبيعي سلاحا من أسلحة الطبقة الوسطى صنع ضد الأرستقراطية ، فكان على الأرستقراطية أن تعمل كل ما فى وسعها لمنع صناعة هذا السلاح ، فقول « جاليليو » ان الأرض كرة تدور حول محورها فى الوقت الذى تقرر فيه الأسطورة الاقطاعية أن الأرض ثابتة ومسطحة قول هدام(١) !!**

ولئن كانت خرافات الجماعات الأولية تتصل بعدد قليل نسبيا من القيم فان مادة الخرافات فى المجتمع الكبير أوسع بكثير. والخرافات الجديدة تخلق مع كل حركة اجتماعية . ونظرا لأن مجالات اهتمام الرجل الحديث قد اتسعت ، فقد زاد عدد خرافاته . ولقد كانت الخرافات السياسية للشعوب البدائية محدودة نسبيا ، تتناول قلة من أبطال الشعوب وقادتها فى الماضى والحاضر أما الخرافات السياسية فى المجتمع الكبير فتتناول حشدا من مئات الشخصيات الخرافية ، مأخوذا من عدة جماعات قومية ومن فترات تاريخية مختلفة .

وتضم أساطير مختلف الشعوب « عفاريت » مجسمة على شكل انسان أو وصفه ، فتشخيص الشر ينفذ فى تفكير الجمهور ، وكان الانسان دائما يتصور صراعات ملحمية بين الخير والشر . ومن أشهر الأرواح الشريرة « فريترا » Vritra و « أهريمان » Ahriman و « ست » Set ، والشيطان « ابليس » لكن هناك عدد كبير آخر فى مختلف الثقافات . فهناك شعوب بدائية تؤمن بأن هناك شيطانا له شكل الانسان وطبيعته ، وله بيت كبيت الانسان ، وله أعماله

---

(١) B. Dunham, «Man Against Myth», Little, Brown & Company, Boston, 1947, P. 17.

ومشـــاغله كأى فلاح أو صانع ، شـــيطان يأكل ويشرب ويلبس الثياب ، شيطان يمرض أحيانا ، ولا يبقى على شيء الا أقل القليل من طبيعته الشيطانية(١) . وقد نسجت الجماهير حول الشيطان أنسجة غيرت من أوصافه وطبيعته وأعماله وأساليبه ومظهره .

وفى العصور الوســطى ، نسب الناس الأمراض الغامضــة والآلام الملحة والأحاسيس النافذة فى منطقة القلب ، وآلام الكلى ، والشلل ، والعجز الجنسى وغير ذلك من الاضطرابات ، نسبوها الى غزو الشيطان لأشخاصهم(٢) . وعزيت الأمراض العقلية المختلفة الى الشيطان باعتبارها ملكا له .

ولما زادت صراعات المذاهب الدينيــة مع العقلانيــة ، ربط الشيطان بالعقل والحجة ، والنزاع والتساؤل ، واعتبر الشيطان تجسيدا لمنطق الانسان تمييزا له عن منطق « الايمان » لهذا أرجعت الكنيســة القديمة فى العصور المظلمة كل العــلوم والفنون(٣) للشــيطان وأدى ارتياب الناس فى العــلم والمعرفة الى أن ينسب للشيطان تعقل رائع !!

ومع أن رؤساء الكنيسة القديمة استخدموا أسطورة الشيطان كقوة للسيطرة الاجتماعية ، وعلى الرغم من أن رجال اللاهوت هم الذين كبروا مفهوم الشيطان ، فان الصورة الأصلية لأسطورة الشيطان فى العصور الوســطى كانت من الخيالات البسيطة عنــد

---

(١) Graf, «The Story of the Devil» (English translation), The MaCmillan Company, New York, 1931, P. 231.

(٢) M. Garcon and J. Vinchon, «The Devil», E. P. Dutton & Co. New York, 1930, P. 82.

(٣) Rudwin, «Diabolism» Ency. Soc. Sci, 5: 119.

الجمهور ، أما بعد ذلك فان قصص أعمال الشيطان وأساليبه وشخصه قد أصبحت من انتاج كبار الكتاب وبخاصة «دانتى» و «ملتون»(١) ، وبذلك أصبح الشيطان ، فى أوج مجده ، أسطورة شعبية !

وتوضح دراسة الخرافات أن الخرافات ليست انتاجا جماهيريا فحسب ، بل هى مادة استخدمها قادة المجتمعات ورجال الكنيسة القديمة استخداما واعيا ، كما استخدمها كذلك السياسيون .

وخرافات الأبطال تنسب بعض عناصر الغموض لمولد البطل ، فالجد يفترض فيه أنه أعظم وأكبر من الأب ، وكان هذا هو الحال فى الخرافات التى نسجها البعض حول شخصية ابراهام لنكولن (محرر العبيد) ذلك أن هذه الخرافات تم نسجها حتى لا يدهش الناس كيف أن حطابا فاشلا مثل « توماس لنكولن » ينجب مثل هذا الابن الخارق للطبيعة (ابراهام) . لهذا ذهبت الخرافات التى نسجت حول « ابراهام » الى أن هذا البطل لا بد أن يكون له أصل آخر أكثر أهمية من « توماس » الذى اشتهر بالركود والغباء ، وكان لا بد من أن تظهر أسطورة تقول ان الأب الحقيقى للنكولن كان شخصا عظيما(٢) .

وهكذا ، فان رغبة جماهير الشعب فى تصديق هذه القصص ساعدت على ظهور قصص « الحملات الهامسة » التى ظهرت فى انتخابات رئاسة الولايات المتحدة سنة ١٨٦٠ وسنة ١٨٦٤ ، وكانت

---

(١) R. A. Tsanoff, «The Nature of Evil». The Macmillan Company, New York, 1931, Pp. 176 - 184.

(٢) L. Lewis, «Myths after Lincoln», Blue Ribbon Books, Inc. (Garden City Books, Inc.), New York, 1929, Pp. 368 ff.

عبارة عن خرافة شعبيـــة طبيعيـــة لكنها انتشرت على يد الخصــوم السياسيين • ولو أن هذه القصة ظهرت فى عصر سابق لعاشت القصة كما هى ، لكن بفضـــل تقدم وســائل الاتصـــال فى أمريكا فى القرن التاسع عشر ، دحضت قصة انجاب لنكولن من أب غير شرعى ، وان كان ذلك لم يحدث الا بعد وفاة لنكولن بنصف قرن !!

ان عظمة « ابراهام لنكولن » الانسانية والتاريخية شوهتها القصص التي أبرزت الصفات التى وجد الرجل العادى ضرورة تأكيدها ، ومع ذلك فانه بالرغم من كل ما فيها من أوهام وتحريفات وعناصر عاطفية ، فان الخرافة الشعبية قد تكون مطابقة لجوهر موضوعهـا ؛ فبمرور الزمن ، أصبح « ابراهـام لنكولن » رمزا أسطوريا لصفات أخرى هى العدالة والرحمة والســمو الروحى والفكرى ••• أو رمزا للحرية •

١٥ ـ القـــــادة

ان وظائف القـائد وأدواره التى يلعبهـا ، وصفاته الخاصة وأساليب القيادة ، تختلف تبعـا للموقف ؛ فالجماعات المختلفة ، بحكم اختلاف أحجامها وطبيعة مقوماتها وأهدافهـا ووظائفها ، تتطلب أنواعا مختلفة من القيادات • زد على ذلك أن أنواع القيادة والشخصيات الممتازة تختلف كثيرا فى الثقافات المختلفة وفى مختلف فترات تاريخ الثقافة(١) •

ان من الأدلة على عدم نضج لغة العلوم الاجتماعية أن لفظا واحدا هو « القيادة » يستعمل لوصف عملية تتراوح بين الصعود فى جماعة قوامها شخصان وبين السيادة والسيطرة على جمـاهير تضم مئـات الملايين ، ومن فرد يعتبر رمزا لفكرة أو جماعة الى قائد حربى يأمر بقتل الملايين من الناس ، ومن « فتوة » فى أحد الأحياء الى رئيس دولة ! ولعل من الأفضل أن تلغى كلمة « قيادة » لتحل محلها رموز لفظية أخرى ذات معنى أو وصف أدق • ولن نجازف ونخاطر بابتداع ألفاظ وكلمات وعبارات جديدة ، بل سنستمر فى استخدام كلمة « القيادة » بمعناها الحالى السائد ، على أن اهتمامنا بالقيادة ، كعنصر من عناصر الرأى العام ، ستتركز على موضوعين هما :

---

(١) P. A: Sorokin, « Social and Cultural Dynamics American Book Company, New York, 1937, vol. III, Chap. 15.

١ ــ القيادة كرمز ٠

٢ ــ صفات القيادة فى الجماهير الكبيرة ٠

وكمجرد بداية ، نذكر أن « جورج سميل » ــ George Simmel ــ عالم الاجتماع المرموق يقول ان الاذعان قد يكون لشخص أو لجماعة أو لمبدأ مجرد ، لكن فى الجماعات الكبيرة يكون الاذعان لسلطة شخصية أكثر الأنواع ظهورا ٠ والقائد هو أكثر السلطات حيوية عند الرجل العادى ، على أنه حتى فى الجماعات الخاصة أيضا ، يعتمد التفكير والمناقشة على ما يروق للسلطة الشخصية ، ففى رواية لدستويفسكى ــ Dostoevski ــ جاء على لسان البطل ــ « قاضى التحقيق » ــ قوله ان الانسان بحاجة الى « المعجزة واللغز والسلطة » حين قال « ان الانسان لا يعذبه شىء أكثر مما يعذبه القلق من أن يجد بسرعة شخصا يسلبه نعمة الحرية التى خلقت مع هذا المخلوق المنحوس » (١) ٠

ولقد كان أفضل القادة عند الناس هو رجل الطب أو الدين الذى اشتهر ببلوغه حكمة السماء ؛ ثم جاء بعد ذلك الفيلسوف الذى يدلى بدلوه فى عقله الراجح ، ينقب رينقب فى سراديبه المظلمة ليبرز منها حقائق معصومة من الخطأ وعن الحياة الطيبة والصدق والجمال والواجب والثقة والولاء ٠ على أن الفيلسوف لم يستطع أن يقول للناس فى كلمات قليلة واضحة ما يمكنهم عمله ، وفضلا عن هذا فان الفيلسوف كان يتحدث برطانة وألفاظ غامضة كل منها يناقض الآخر ٠ وحين قال كاهن الزمان القديم وهو يدمدم من خلال لحيته : « هكذا يقول الرب ، ابحث عن كبش الفداء » كان

---

(١) M. Dostoevski, «The Brothers Karamozov, Part II, book V.

هذا شيئا يفهمه كل انسان ويعيه فى عقله فانصرف مسرعا يبحث عن كبش الفداء(١) ٠

والقيادة الشخصية ، تمييزا لها عن أشكال السلطة الأخرى ، يمكن تقسيمها الى قيادة تمثيلية ، وقيادة رمزية ، وقيادة ديناميكية ، وقيادة خلاقة(٢) ٠ والقائد الممثل أو التمثيلى أو الاستاتيكى يمثل رمزا لجماعة دون تغيير فى اتجاهها أو أهدافها، أما القائد الديناميكى أو الخلاق فيوجد حين يوجه أو يعدل أهداف الجماعة ٠

القائد كرمز :

الرمز ، تبسيط تمثيلى يستعاض به عن بعض التعقيد ٠ والقائد لا ينظم فحسب تنوعا كبيرا من الرموز لأتباعه ، بل انه ، فى حالات كثيرة ، يصبح رمزا شخصيا له أهميته الواضحة ، أما القائد الديناميكى أو الخلاق فقد يكون رمزا على فترات متقطعة ؛ لكن الممثل لنظام أو جماعة ، يكون دائما رمزا لجماعة ٠

والشخص العادى ينشد المظهر الشخصى المثالى ، « وسبب ذلك هو أن وظيفة الرجل العظيم المشهور هو أن يكون رمزا » ٠ والسؤال الحقيقى فى عقول الآخرين ليس هو : « ماذا أنت ؟ بقدر ما هو : كيف أستطيع أن أعرف من أنت ؟ ماذا تستطيع أن تفعله حتى تساعدنى على أن أحس وأعيش ؟ الى أى مدى أستطيع أن أتخذك رمزا فى تنمية ميولى الغريزية ؟ » (٣) ٠

---

(١) A. G. Keller, «Man's Rough Road», J. B. Lippincott Co. (Stokes), Philadelphia, 1932.

(٢) R. Schmidt, «Leadership», Ency. Soc. Sci., 9: 282

(٣) C. H. Cooley, «Human Nature and the Social Order», Charles Scribner's Sons, New York, 1902, p. 341.

وفضلا عن أن القادة المحدثين يتخـذون رموزا ، فانهم في الجماهير الكبيرة مشغولون كثيرا بوضع رموز تكون شديدة الفعالية في التأثير على آراء جماهير كبيرة · « ونظرا لأهميتهم العملية التي تتجاوز الحدود ، فان القائد الناجح يشغل كل وقته في وضع رموز تنظم تابعية · ان ما تفعله الامتيازات في الترتيب الطبقي تفعله الرموز في الأفراد العاديين · انها تحفظ الوحدة(١) » ·

البطل كرمز قيادي :

ان أقوى الرموز القيادية فاعلية هم أبطال القومية والثقافة والجماعة ، فهم شخوص القيم والأسـباب والأحـداث الحرجة · وأسماء الأبطال وصورهم وتماثيلهم هي محور الولاءات العاطفية من جانب جماهيرهم · « والبطل في التاريخ هو فرد يمكن بحق أن ننسب له نفوذا متفوقا في حسم مشـكلة أو حادث قد تكون نتيجته ، لولا تدخله ، مختلفة اختلافا جوهريا(٢) » ·

القائد الخارق القوة (الديني) :

ان الرمز القيـادي ذو القـدرة الفائقة هو القـائد الخارق القوة · والقائد الخارق القوة هو الذي يعتقد أتباعه أنه على علاقة وطيدة غير عادية بقوة فوق الطبيعة ، اذ أن له صفات غير عادية تتجاوز صفات الشخص العادي · والسلطة الخارقة هي سلطة القائد

---

(١) Walter Lippmann, «Public Opinion», Harcourt, Brace and Co., New York, 1922, P. 177.

(٢) S. Hook, «The Hero in History», The John Day Co., New York, 1942.

٨

فى الظروف التى يستسلم فيها تابعوه له ، على اعتقاد منهم فى صفة القائد غير العادية ٠

وهذا النوع من القــائد ، يجب أن يكون قويا نشيطا فعالا ناجحا ، والا ذبل بسرعة ، ذلك أن الفشل يدمر مثل هذا القائد ٠ فما دام يريد أن يكون أشبه بالأنبياء فان عليه أن يصنع معجزات ، واذا أراد أن يكون قائدا حربيا فان عليه أن يقوم بأعمال بطولية، وفوق ذلك فان رسالته السماوية يجب أن تثبت وجودها بأن يظهر المؤمنون بها خضوعهم له وأن يحققوا نجاحا ، فاذا لم يحقق نجاحا فانه لا يكون السيد الذى أرســلته الآلهة ٠ وعلى أية حال ، فان القيادة الدينية الحديثة تكون قصيرة العمر فى فترات الأزمات حين تكون عواطف الجماهير متأججة ٠

القــائد المهيج :

ان القائد المهيج ـ أو القائد المحرض ـ هو ذلك الذى يلجأ الى تبنى أهداف متطرفة مبالغ فيها ، سواء كانت أهدافا سياسية أم اقتصادية أم اجتماعية ٠ وهذا القائد ـ على النقيض من القائد المصلح ـ لا يشغل نفسه بمحاولة ارجاع السخط الاجتماعى الى أسبابه الحقيقية ، ولا يقدم حلا محددا ، بل يعمد الى تغذية السخط والحقد والكراهية بين العناصر والطبقات والأحزاب والشعوب ٠

ان القائد المحرض يستغل أتباعه الذين يشعرون ـ فى العالم المضطرب ـ بأنهم ضحايا أفراد وقوى وجماعات معــادية تتآمر ضدهم ؛ ذلك بأن يقدم لهم وصفا بسيطا لطبيعة خصومهم الذين يتهددونهم ، ســواء أكانوا مواطنين أو ينتمون الى دول أخرى ٠ ولا يملك التابع لمثل هذا القائد الا أن ينصاع له ، ذلك أنه يكون خائفا دائما من أنه فى حالة أى عدم توافق اجتماعى بسيط قد

يفقد وظيفته ، ويفقد معها مركزه الاجتماعى • ومن ثم ، فانه ـ ازاء ما يحيط به ويقيده من ظروف لا سبيل الى التحكم فيها ـ يصبح شديد الوعى بعدم جدوى حياته وعدم وجود هدف لها •• انه فى القاع ، على الهامش ، لا حول له ولا قوة ، يود لو استطاع أن يفعل شيئا جوهريا وحاسما يقلب الآمر رأسا على عقب(١) ولكنه لا يستطيع أن يفعل شيئا لأن القائد المهيج الذى يفرض عليه سلطانه يجذبه اليه كما يجذب المغناطيس قطعة مهملة من الحديد !!

صفات القيادة فى الجماهير العريضة :

ان القيادة الديناميكية أو الخلاقة تؤثر فى آراء أتباعها • فالسلطة الرسمية قد تعكس التقاليد المتعارف عليها ، لكن القيادة الديناميكية تقوم ، فضلا عن ذلك ، بتوجيه الاختيار عند مستويات أدنى من المستويات التى يوجد عندها الرأى ؛ فالسمك الصغير اذا وضع فى وعاء مع سمكة نجحت فى التكيف مع وسط مائى بسيط ، يتعلم بسرعة أكبر مما تتعلم جماعة سمك ليس لها قائد(٢) • وفى الجماعات البشرية ، يضع القادة أنماطا كثيرة للسلوك يقلدها أتباعهم الذين لم يدرسوا البدائل • وعلى أية حال فان أصغر الجماعات كأكبرها ، تتأثر فيها عمليات الرأى بالقادة ، بدرجات متباينة

ان صفات القادة الناجحين وعمليات القيادة الناجحة تختلف فى تأثيرها على الرأى العام باختلاف حجم ونوع الجماعة ، وباختلاف

---

(١) L. Lowenthal and N. Guterman, «Prophets of Deceit», Harper & Brothers, New York, 1949, P. 136.

(٢) W. C. Allee, «Relatively Simple Animal Aggregations». Handbook for Social Psychology, 1935, P. 944.

الموقف • ولا يبدو أن هناك صفات عامة للقيادة تجعلها فعالة فى التأثير على آراء الأتباع فى كل مكان ، فقد فشلت محاولة علماء النفس لتحديد سمات عامة للقيادة • فمثلما تختلف صفات قادة مناقشات الجماعات الصغيرة كاللجان والعصابات والعائلات والعشائر وأحياء المدن وغير ذلك من الجماعات الصغيرة ، تختلف صفات قيادة الجماهير العريضة التى تضم الآلاف ومئات الألوف من الأعضاء •

وبصرف النظر عن الموقف ، تنشد الجماهير العريضة البيان الموضوعى الهادف ، وقد تكون مطالبهم غامضة لكن قائد الرأى فى أى جمهور كبير يعرض معظم الوقت برنامجا هادفا ، حتى ولو كان برنامجه هجوما على النظام القائم •

فالكسب معقود للقائد الواثق من نفسه اذا كان له بيان موضوعى ؛ فحتى قادة الفاشية كانت لهم برامج موضوعية هادفة مزخرفة برسالة روحية عظيمة فقد صرح موسولينى بعبارات عامة رائعة عن اعادة المجد الذى كان لروما ! كذلك رحبت الأمة الأمريكية المذهولة بأقوال روزفلت الهادفة المطمئنة ، وبالمثل أدت حالات القلق المعاصرة الى التشدد فى نشدان أى قادة ذوى برامج هادفة • وفى الدول الديمقراطية بلغ هذا التشدد حدا أكد صدق المثل السياسى القديم القائل : « انك لا تستطيع أن تستحث أحدا اذا لم يكن هناك من يستحثه » •

ومع أن صفات القيادة لا يمكن دراستها دراسة مجردة ، فاننا نورد بعض التعميمات عن صفات القيادة التى ذكرها « برايس » ـ Bryce ـ حين قال ان القادة يجب أن تتوافر فيهم الأصالة وفهم العوامل التى تؤثر على حاجات الناس والبلاغة فى القول والكتابة

والثقة الذاتية ، والثقة في بث الثقة ، وجذب معاونين أكفاء وتحقيق دعاية شخصية طيبة(١) وقد اعتبر « برايس » هذه الصفات حدا أدنى لما يجب أن يتحلى به القائد من صفات ·

ان القادة السياسيين يجب أن يجذبوا الثقة فيهم والايمان بهم. وفي النظام الاجتماعي المتطور في العصر الحديث تمنح الثقة للقادة الذين يكشفون عن سرعة اتخاذ القرارات ، فسرعة الحسم — وبخاصة في الأزمات — تحقق شيئا واضحا في غموض الموقف واضطرابه ، ففي مجموعة من الاختبارات أعطيت لعدد من القادة ، أعطى « و · هـ · كولى » W. H. Cowley ثلاث درجات لسرعة اتخاذ القرارات ، وقد حصل القادة على درجات عالية في هذه الاختبارات(٢) · وفي ذلك يقول « بوجاردوس » — Bogardus — ان هناك عدة شروط هي ما يلي(٣) :

أولا : ان الشرط الأول للصعود الى مركز القيادة ، هو أن تتوافر في القائد طاقة غير موجهة ، نحو من يمارس القيادة عليهم، طاقة لا تكون مفروضة عليه من الخارج ، بل مطلوبة من الداخل ؛ فالقادة الذين يخلدون ويكبرون في السلطة هم القادة الذين يعكسون المشاعر الغامضة والآمال العامة للجماعات الكبيرة ، فهتلر مثلا أعلن التحدى ضد ما اعتبره كثير من أتباعه اضطهادا دوليا ، أما الرئيس روزفلت فقد احتفظ بكثير من أتباعه الذين عارضوا

---

(١) J. Bryce, «Modern Democracies», The Macmillan Co., New York, 1921, book II, Chap. 76.

(٢) W. H. Cowley, «The Traits of Face-to-Face Leaders», Jour. Abn. Soc. Psychol., 26: 304 - 313.

(٣) E. W. Bogardus, «Leaders and Leadership». Appleton-Century - Crofts, Inc., New York, 1934, chap. 16.

تقريبا كل اجراء محدد قامت به حكومته ، لكنهم اتفقوا ، بصورة عامة ، على أنه يعبر عن الشعب بوضوح وبعدالة ظاهرة ، مصورا اقتناعه بشكل واضح . وبهذا المعنى ، جرت العادة على أن يوصف القائد فى الدولة الديمقراطية بأنه « عقل الجمهور » الذى يعمل بدرجة فائقة .

ثانيا : ان على القائد الشعبى أن تتوافر فيه ، أو أن يبنى فى نفسه ، بعض عناصر « التفرد الشخصى » . ان أكثر القادة شعبية هم أشخاص نابضون بالحياة ، لهم أسلوب مميز فى الفهم والسلوك والحديث ؛ هذا الأسلوب هو التفرد والمغناطيسية ، فاذا لم تتوافر فيه هذه الصفات ووصل الى مركز قيادى ، كان على رجال دعايته أن ينسبوا هذه الصفات اليه .

ويظهر القائد بمظهر سيد الموقف ، وتكون له السيطرة والثقة ، وفى مواقف المواجهة يكون واثقا ، وحين يصعد الى المنصة ، يعلو صوت التصفيق .

وللصفات البدنية ، أهمية ؛ فالدراسات التى قام بها « أ. ب. جوين » — E. B. Gowin — عن حجم ووزن المديرين ، تشير الى أن أهم المديرين تميزوا بثقل الوزن وارتفاع القامة عمن هم أقل أهمية(١) . ولكن فى العصر الحديث أختلفت الناس فى هذه المعايير فان غاندى مثلا كان ضعيف الجسم ولكن آثاره وفلسفته كانت بعيدة المدى — ان بعض التحفظ وقليلا من الغموض والابهام ، هى من الصفات المميزة للقيادة الشعبية السياسية(٢) ،

---

(١) E. B. Gowin, «The Executive and His Control of Men», The MaCmillan Co., New York, 1915.

(٢) Cooley, «Human Nature and the Social Order», Charles Scribner's Sons, New York, 1902, P. 319.

ولقد يظهر الغموض بصـورة غير ناضجة ، كتأكيد هتلر لجمهور سامعيه أن خطط احياء الاقتصاد فى الرايخ الألمانى موجودة فى أدراج مكتبه فى ميونخ !! وبهذه الطريقة ، يثير الخيال فى عقول أتباعه !!

ان قائد الجماهير الكبيرة يجب أن يكون خبيرا بالتنظيم ، وأن يفيد افادة ذكية من التنظيمات القائمة ٠

وقد صدق « فرانك كنت » ــ Frank Kent ــ حين قال انه ليس هنـاك ما يعوض عن نقص القـدرة على الافادة من تنظيمات الحزب (١) . ان قادة الحركات الجماهيرية يجب أن ينظموا اتصالاتهم تنظيما كاملا مع مسـاعديهم ، وأن يختـاروا مرءوسيهم الذين يستطيعون تنظيم طرق الاتصـال والتعـامل مع أبعد الأتبـاع والأنصار ٠٠ فهذه هى الطريقة المثلى لنجاح القيادة ٠

وتختلف صفات القادة حسب نوعية هذه القيـادة أى حسب الطوائف أو المهنة ــ فهنـاك القـادة العسـكريون والسياسيون والاقتصـاديون والدينيون والاجتماعيون ٠٠ الخ ولكن هنـاك صـفات غير تلك التى ذكرناها يمكن الاسترشـاد بها مثل ــ قوة الارادة ــ النزاهة ــ الشجاعة الأدبية ــ الحسم فى الأمور ــ درجة الثقافة ــ الصراحة وأحيانا التحفظ ــ الكتمان ــ الذكاء ــ الصحة البدنية والعقلية ــ اللباقة ــ الفصاحة ــ مصدر خير وانسانى ــ القدرة على تفهم نفسية الجماهير ــ احترام العادات والتقاليد ــ

---

(١) F. R. Kent, «Political Behavior», William Morrow & Co., New York, 1928, P. 73.

الانصاف والبعد عن الظلم ـ واقعى ـ احترام الرأى العام ـ البعد عن الغرور ـ فعال وليس قوالا ـ البعد عن الحسد ـ استغلال المواهب المختلفة ـ قدرته على تحليل الرأى العام وفهمه للاعلام والدعاية وعلم السياسة .

والحقيقة أنه يجب أن يتمتع القائد بأغلب هذه الصفات ـ ونحن لسنا مع ميكيافيللى حينما يقول « ليس من المهم أن يكون القائد صالحا بل المهم أن يعرف ويشاع عنه ذلك لدى جميع أفراد شعبه » .

النتائج المستخلصة

ليست العناصر التى يتكون منها الرأى العام مستقلة عن بعضها البعض تماما ، بحيث يمكن فصل الواحد منها عن الآخر فصلا تعسفيا أو انتقائيا ، بقدر ما هى عناصر متداخلة فى بعضها البعض ، يؤثر كل منها فى الآخر ٠

فالتقاليد الثقافية مثلا تؤثر فى التنشئة ، كما أن أساليب ووسائل التنشئة تؤثر فى هذه التقاليد وقد تغيرها تماما ٠ وبالمثل ، فان التقاليد الثقافية وأساليب التنشئة هى التى تطبع قادة المستقبل بخصائصها ، على حين أن هؤلاء القادة ، حين يصبحون ذوى نفوذ وسلطان ، هم الذين يغيرون التقاليد الثقافية وأساليب التنشئة القائمة ٠ كذلك ، فان الأحداث ذات الأهمية الخاصة تلعب دورا كبيرا فى تحقيق التغير الاجتماعى الذى يؤثر بدوره ، فى التقاليد الثقافية وأساليب ووسائل التنشئة ٠٠ وهلم جرا ٠ وما يصدق على التقاليد الثقافية ، والتنشئة والقادة ، والأحداث ، يصدق أيضا على جميع عناصر الرأى العام أى : الشخصية ، والعادات والميول ، والمعرفة ، وغيرها ٠ ويترتب على ذلك أنه لا يمكن ، من الناحية العلمية البحتة ، تحديد أى العناصر بالذات هى التى تلعب الدور الأكبر ، كما أنه لا يمكن ارجاع نشوء الرأى العام الى هذا العنصر المفرد أو ذاك ٠

وليس أدل على ذلك ، من التفـاوت الكبير بين آراء العلماء والباحثين في هذا الصـدد ، فمثلا يقول « جيمس برايس(١) » — James Bryce — ان عنـاصر الرأى العـام تشمل كل القيم ، والتقاليـد والمعتقـدات ، والخيالات ، وشتى ضروب التعصب ، وغيرها • وبالتالى فان طبيعة الرأى العام تتقرر وتتحد بحسب هذه العنـاصر كلهـا مجتمعة ؛ بينمـا يقـول « كمبول يانج » — Kimball Young — ان طبيعة الرأى العام تقررها أربعة أبعاد رئيسية هى(٢) :

أولا : الاتجاه ، وهو الذى يحدد « مسار » الرأى ، أى ما اذا كان هذا الرأى محبذا أو رافضا •

ثانيا : المجال ، وهو الذى يحدد « حجم » الرأى ، أى ما اذا كان هذا الرأى ضيق النطاق أو واسع النطاق •

ثالثا : التركيز ، وهو الذى يحدد « قوة » الرأى ، أى ما اذا كان مستمدا سلطانه من الاتجاهات والمواقف والميول الغالبة أم لا •

رابعا : العمق ، وهو الذى يحدد « وزن » الرأى ، أى مدى علاقة الرأى بالعواطف ، والمبادىء الخلقية ، والقيم التى يعتنقها أصحاب الرأى •

أما « هربرت بلومر » — Herbert Blumer — فيرى أن الرأى العام يستمد شكله من الاطار الاجتماعى الذى يتحرك بداخله ، ومن العمليات الاجتماعية التى تجرى بداخل هذا الاطار • كما يذهب الى أن وظيفته تتقرر وتتحدد وفقا للدور الذى يضطلع به

---

(١) Collier's Encyclopedia.

(٢) Ibid.

في دولاب النشاط الاجتماعى ، وأن الرأى العام ، من الناحية الواقعية ، محكوم بكلية وجهات النظر والآراء المتباينة التى توضع تحت نظر الأفراد المطلوب منهم أن يتخذوا قرارا ما بشأن الموضوع أو الرأى المعروض عليهم(١) ٠

وبصرف النظر عن مدى فعالية هذا العنصر أو ذاك من عناصر الرأى العام ، فان هناك طرازين من الرأى العام هما :

أولا : الرأى العام « الاستاتيكى » (أى المستقر أو غير المتحرك) ٠

ثانيا : الرأى العام « الدينامیکی » (أى النشيط أو المتحرك) ٠

أما الرأى العام « الاستاتيكى » ، فهو الذى يستمد قوته من التقاليد ، والعادات ، والقيم ، والمبادىء المستقرة المصطلح عليها، ومن ثم فانه أشبه بموافقة جماعية ناتجة عن مجموعة من الآراء المعتنقة بدون تمحيص ٠ ويسود مثل هذا الرأى العام فى المجتمعات والاقتصاديات الزراعية المتخلفة أو شبه المتخلفة ، وهو يتلاءم مع نظم الحكم المطلقة سواء أكانت روحانية أم علمانية ٠ غير أن وصفه بأنه « استاتيكى » لا يعنى ـ بالضرورة ـ أنه جامد تماما بقدر ما يعنى أنه مستقر الى حد كبير ٠

وأما الرأى العام « الديناميكى » ، فهو الذى ينشأ عن الرغبة فى التغير ، ومن ثم فانه يستمد قوته من اعتماده على الحيوية والتعقل والتمحيص أكثر من اعتماده على التقاليد والعادات والقيم

---

(١) Ibid.

المستقرة المصطلح عليها . ويتلاءم هذا الطراز من الرأى العام مع المجتمعات والاقتصاديات الصناعية المتقدمة .

وسواء أكان الرأى العام ذا طراز « استاتيكى » أم ذا طرازا « دينامیکی » ، فان سيادته تتوقف على العلاقات الاقتصادية والاجتماعية الأساسية التى تقوم فى المجتمع .

كذلك ، بصرف النظر عن مدى فعالية هذا العنصر أو ذاك من العناصر التى يتكون منها الرأى العام ، فان هناك مفهومين مختلفين فيما يتعلق بالكيفية التى ينشأ بها الرأى العام ويمارس عمله . هذان المفهومان هما :

أولا : المفهوم الذى يعتبر الرأى العام قوة عضوية مسيطرة ، مرتبطة ارتباطا وثيقا بالتبادل بين شتى أنشطة أفراد المجتمع ، فهذا التبادل هو الذى يحدد ويقرر عناصر ومقومات الحكم العقلانية الكامنة فى داخلهم ؛ وهو الذى يخلق الارادة المشتركة فى لحظة معينة بالذات .

ثانيا : المفهوم الذى يعتبر الرأى العام تجسيدا للرأى الذى يعرض على الجمهور عن طريق الجهر به ، وهو رأى شخصى من حيث طبيعته ، ويجاهد من أجل فرض نفسه على العقل الجماعى للمجتمع . لهذا أشار كثير من الباحثين فى هذا الميدان الى أن ما نعتبره رأيا عاما ـ فى بعض الأحيان ـ هو ، ببساطة ، انعكاس رأى ووجهة نظر فرد ما أو مجموعة صغيرة من الأفراد تتاح لهم فرصة الجهر بهما وتوصيلهما الى أسماع الجمهور .

وأيا كان المصدر ، فان الرأى العام هو الناتج أو التجميع الكلى للآراء ووجهات النظر ـ سواء فى حالات التنازع أو فى حالات

التوافق ـ التى تصدر عن الرجال والنســاء الذين يتكون منهم المجتمع أو أية جماعة معينة • أى أن الرأى العـام هو المصطلح الذى يصف الطبيعة الزئبقية لمجموعة من الأحكام يصدرها الأفراد المنتمون الى مجتمع معين أو جماعة معينة •

وأيا كانت العناصر التى يتكون منها الرأى العام ، فان قوته تكمن فى قدرته على تغيير وتعديل التركيب الاجتماعى الذى يعمل بداخله ، سواء بالنسبة للأفعال أو الأفكار • فمن خلال العملية التى ينشأ بها الرأى العام ، يقوم تبادل حيوى بين شتى ضروب النفوذ التى تسيطر على سلوك الأفراد وأفكارهم وعواطفهم ، هذا التبادل الذى نطلق عليه اسم «السلوك الجماعى» ؛ وبهذه الطريقة يخلق الرأى العام القدرة على اتخاذ الاجراء الجماعى المتفق عليه •

غير أن الرأى العام ، على الرغم من أنه التجميع الكلى لآراء فردية عديدة ، يتصف بطراز معين من الفردية الخاصة به • ذلك أن كل فرد من أفراد الجمهور انمـا يفكر أو يسلك ـ بشــكل أو آخر ـ تحت تأثير نفوذ معين ناتج عن حالة عقلية معينة أو مزاج عقلى معين اشترك هو فى خلقه • ولكن هذا السلوك الفردى يذوى ويذيل ويذوب فى خضم السلوك الجماعى نتيجة لسـيطرة الميول الجماعية الكلية • وعلى الرغم من أن الرأى العام يستند الى أساس قوى من العقلانية ، فانه لا يخلو من قدر كبير من المحتوى العاطفى. غير أن هذا القدر من المحتوى العاطفى لا يلبث أن يتأثر بميل الفرد الى ادماج سلوكه الشخصى فى السلوك الجماعى ، الأمر الذى يؤدى الى الالتحام بين اهتمامات الفرد واهتمامات الجماعة • ويبدو هذا الالتحام ، بصورة واضحة وشبه كاملة ، فى المناسبات الدينية

ومناسبات التعصبات والاضطهادات العنصرية أو الطبقية . ومع ذلك فان أى تهديد حقيقى أو خيالى لوجود جماعة معينة بالذات انما يؤدى الى بعث عناصر التنازع والاختلاف القديمة وتجميعها فى شكل ارادة عاطفية مشتركة القصد منها الدفاع وحماية الذات .

وفضلا عن ذلك ، فان درجة التأثير فى عاطفة الجمهور من ناحية أو التأثير فى عقله من ناحية أخرى ، هى التى تحدد وتقرر شكل ودرجة ما يتصف به الرأى العام من عدوان . ولعل المقارنة بين سلوك المواطن المتعقل الذى يفكر مليا وهو يدلى بصوته الانتخابى ، وبين سلوك الجمهور المتهيج الذى يتكون من أفراد انصهرت شخصيتهم الفردية فى بوتقة العاطفة المشتركة ؛ لعل هذه المقارنة هى خير مثال على اختلاف شكل ودرجة ما يتصف به الرأى العام من عدوان فى الحالتين .

قواعد ، تحكم عناصر الرأى العام

على الرغم من أن الباحثين والعلمـاء لم يصلوا ، بعـد ، الى قوانين علمية قاطعة يمكن تطبيقها على السلوك الانسانى ، فان هناك بضع قواعد ـ استقرائية ـ يمكن تطبيقها على عناصر الرأى العام نذكر منها ما يلى :

أولا : لا يتكون الرأى العام من عنصر مفرد معين بالذات ، بل يتكون من عناصر عديدة متداخلة ومتشابكة فى بعضها البعض ، وتؤثر فى بعضها البعض ٠

ثانيا : تقاس أهمية العناصر التى يتكون منها الرأى العـام بمدى اسهامها فى تحديد أبعـاده الأربعة المتمثلة فى الاتجاه ، والمجال ، والتركيز ، والعمق ٠

ثالثا : يستمد الرأى العام شكله من الاطار الاجتماعى الذى يتحرك بداخله ومن العمليات الاجتماعية التى تجرى بداخل هذا الاطار ٠ وتأسيسا على هذا ، فان كل مكونات الاطار الاجتمـاعى والعمليات الاجتماعية هى العناصر التى يتكون منها الرأى العام ٠

رابعا : العناصر التى يتكون منها الرأى العام « الاستاتيكى » هى التراث الثقافى (مثلا : القيم ، المعتقدات ، المبادىء ، التقاليد). أما العناصر التى يتكون منها الرأى العام « الديناميكى » فهى ارادة

التغـيير (مثلا : الأماني ، التطلعات ، الطموح ، الاحتجـاج ، الرفض) .

خامسا : عنـدما يتصرف الناس ازاء أى موضـوع معروض عليهم ، فان الرأى العام ، بصرف النظر عن عناصره ، اما أن يكون « داخليا » واما أن يكون « خارجيا » ، كذلك فانه يكون حقيقيا . أما الرأى العام الداخلى فهو ذلك الذى يتكون داخل الأفراد ولكن لا يتم التعبير عنه جهرا . وأما الرأى العام الخارجي فهو ذلك الذى يتم التعبير عنه جهرا . ويكون هذا الرأى العام حقيقيا ما دامت الميول قد استثيرت ، وأنتجت أثرا من أى نوع على السلوك الداخلى أو الخارجى .

سادسا : عندما تستثار الميول دون أن تنتج أثرا على السلوك ، وعندما تكون هذه الميول فى حالة لم تتبلور بعد ، وعندما لا تكون قد استثيرت ، يمكن أن يتكون ، سلفا ، الرأى العـام المتوقع فى المستقبل ؛ لهذا يسمى الرأى العام الذى من هذا الطراز : « الرأى العام الكامن » أو « المرتقب » .

سابعا : يمكن التنبوء باتجاهات الرأى العام المرتقب عن طريق دراسة وتحليل العناصر التي يتكون منها الرأى العام تحليلا دقيقا على ضوء أحداث الماضى والحاضر ، بمعني أن « جنين » الرأى العام يمكن التكهن به .

الفصل الثالث
سلوكيات الرأى العام

بالنظر الى أن الرأى العام يلعب ، الآن ، دورا بالغ الأهمية فى شتى دول العالم ، فان الوقوف على الطريقة التى يمارس بها الرأى العام وظيفته ، يصبح أمرا ضروريا لا محيص عنه . وهنا ، تصبح دراسة الجوانب السلوكية الاجتماعية ـ فيما يتعلق بالرأى العام ـ هى الخطوة الأساسية الأولى . ذلك أن النتائج التى توصل اليها الباحثون المختصون ، فى خلال الحقب القليلة الماضية ، قد كشفت عن قسط كبير من الفهم للسلوك البشرى ، وبالتالى لبعض العوامل الهامة المتعلقة بالرأى العام .

ومرة أخرى يحسن بنا أن نلفت الأنظار الى أن الباحثين لم يستطيعوا ، حتى الآن ، التوصل الى نتائج قاطعة يمكن الاعتماد عليها فى وضع قوانين علمية يمكن تطبيقها على سلوكيات الرأى العام ، غير أن هذا القصور عن بلوغ الكمال لا يعنى ، بالضرورة ، استحالة فهم هذه السلوكيات ووضع قواعد تحكمها دون أن ترتفع هذه القواعد الى مرتبة القوانين العلمية .

ولن نحاول فى هذا الفصل أن نسرد كل ما ذهب اليه الباحثون من آراء فيما يتعلق بسلوكيات الرأى العام ، بل سنكتفى بسرد نماذج من الآراء المتفق عليها بصفة عامة ، يعقبها عرض سريع لبعض القواعد سالفة الذكر ، وما أثير حولها من اعتراضات حتى يقف القارىء على وجهى القضية المختلفين .

(أ)

المنبه (أو المؤثر) ... والاستجابة

ان أكثر التفسيرات شيوعا عن السلوك البشرى ، سهلة ويسيرة الفهم . فالنــاس يعرفون أن هذا الســلوك معقد ، كذلك فانهم مقتنعون بأنه من العسير عليهم أن يفهموا لماذ يسلك أصدقاؤهم وأعــداؤهم بل هم أنفســهم ، على هذا النحو أو ذاك ، كما أنهم يعترفون بأنه من العسير التكهن والتنبؤ بردود الأفعال فى المستقبل القريب أو البعيد .

غير أنه من المؤلم للنفس أن يكون المرء جاهلا فى وقت يعرف فيه أن الجهل يؤدى الى الايذاء والقلق وعدم الشعور بالأمان . لذا قد يكون من المشبع للفرد أن يعتقــد أنه فى الامكان معرفة السلوك والتكهن به عن طريق الاهتداء الى عامل معين أو عدة عوامل معينة تحدد وتقرر هذه المعرفة .

ومع ذلك ، يبدو فى بعض الأحيان أن الانسان ، سواء البدائى المتخلف أو العصرى المتحضر ، قد كف عن السعى وراء تفسير قاطع للسلوك ، وراح يفترض أن كل ضروب السلوك تشكل أمورا غير متماسكة لا يسهل تبريرها ولا تخضع لنظريات ومبادىء عامة ترتفع الى درجة القواعد والقوانين . بل ، لقد جاء على الانسان حين من الدهر كان يرجع فيه سلوكه وسلوك معاصريه الى قوى « غيبية » خفية كالعفاريت والجن .

ومن ناحية أخرى ، حفلت المعرفة الانسانية بنظريات كثيرة عن الناس ، فمثلا أرجع البعض السلوك الانسانى الى ارادة حب البقاء ، بينما أرجعه آخرون الى غريزة الجنس ، أو الى القدرة على تقليد ومحاكاة الآخرين ، أو الى الطريقة التى تعمل بها الغدد الصم ، أو الى أشكال أجسامهم أو الى العلاقات الاقتصادية السائدة فى المجتمع ، أو الى التقاليد الثقافية المتوارثة جيلا بعد جيل ٠

والواقع أن كل نظرية من هذه النظريات قد تكون سليمة فى حد ذاتها ، من حيث أنها تفسر جزءا من السلوك أو من حيث أن جزءا من السلوك يرجع حقا الى هذا السبب أو ذاك ٠ غير أن أية نظرية عن الناس ، سواء أكان واضعها فيلسوفا أو عالما فسيولوجيا أو مفكرا سياسيا ، لا تكون مفيدة الا عندما تكون متكاملة وشاملة على مستوى المنظور ٠ ومن ثم ، فان الموقف الحقيقى فيما يتعلق بالنظريات والمبادىء العامة المتعلقة بالسلوك البشرى ، أشبه بالمثل الخيالى القديم عن العميان الذين أرادوا استطلاع حقيقة الفيل ، وراح كل واحد منهم يصف الفيل كما تراءى له ، فجاءت أوصاف كل واحد منهم مطابقـة لواقع ما تراءى له ، ومع ذلك فان كل أوصافهم لم ترتفع الى مرتبة الحقيقة الشاملة ، أى أنه ما من أحد منهم وصف الفيل وصفا كاملا وحقيقيا ٠ ذلك أن كل واحد منهم لم يكن يصف الا الجزء من الفيل الذى تحسسه بيديه وظن أنه يمثل الفيل كله !!

وبالطبع فان الأمر لا يكون على هذا النحو من التبسيط حين توضع النظريات المتعلقة بالسلوك البشرى موضع المناقشة ٠ فهناك صيغة سحرية تقررها معظم الكتابات فى علم النفس الحديث ، هى القول بأن السلوك يبدأ بالمنبهات (أو المؤثرات) التى يستجيب لها

الناس • أما المنبه (أو المؤثر) فهو تغير يطرأ على البيئة (بما فى ذلك التغيرات الداخلية مثل زيادة وسرعة نبضات القلب) فيؤثر فى الفرد • وأما الاستجابة فهى ما يدور أو لا يدور فى خلد المرء ، وكذلك ما يفعله ، بعد التعرض للمنبه (أو المؤثر) •

غير أن هذه الصيغة السحرية التى تقررها معظم الكتابات فى علم النفس الحديث بالغة التبسيط والتعميم ، ومن ثم فان الكثيرين (بما فى ذلك علماء النفس أنفسهم) ينتقدونها • وحجتهم فى ذلك هى أنها لا تقدم تفسيرا للسلوك البشرى ، بسبب تجاهلها الحقيقة الواضحة المتمثلة فى أنه يوجد دائما الفرد الذى يستجيب للمنبه أو المؤثر وأن الاستجابة ــ بدورها وتبعا لذلك ــ تتوقف ليس فقط على طبيعة المنبه أو المؤثر بل تتوقف أيضا على طبيعة الفرد ذاته •

وليس المقصود بتفسير السلوك البشرى بمصطلحات من المنبهات والاستجابات ، القول بأن النشاط الانسانى أمر يسهل تفسيره ، بل المقصود هو الايحاء بأن السلوك يمكن التفكير فيه من خلال نظريات أشبه بالقوانين العامة التى تحكمها قاعدة العلاقة بين « السبب » و « النتيجة » ؛ ذلك أن كلمة « السبب » يمكن أن تحل محل كلمة « المنبه » ، كما أن كلمة « النتيجة » يمكن أن تحل محل كلمة « الاستجابة » ، وهذا كمجرد محاولة للاشارة الى التطبيق الواسع المدى للصيغة سالفة الذكر • فاذا ما أثير اعتراض فحواه أن السلوك لا يمكن وصفه على أساس العلاقة بين السبب والنتيجة ، فعندئذ لن يكون هناك رد على مثل هذا الاعتراض ، اللهم الا القول بأنه مادام الأمر كذلك ، فان الحكمة تقتضى نبذ كل التعميمات فى هذا الشأن •

ولئن كان علماء النفس وعلماء النفس الاجتماعى هم — على وجه الخصوص — الذين يستخدمون كلمتي «المنبه» و «الاستجابة» ، فانه فى الامكان وضع بدائل لهاتين الكلمتين ، فكلمة « المنبه » يمكن استبدالها بكلمات : البيئة ، والقوى الاجتماعية ، والخصائص الثقافية ، والموضوعات ، والمواقف ، والناس ٠٠٠ و ٠٠٠ هلم جرا ٠ كذلك فان كلمة « الاستجابة » يمكن استبدالها بكلمات أخرى مثل : الأفعال ، وردود الأفعال ، والسلوك ، والحركات الاجتماعية ، والأنماط الثقافية ، والتصرف ٠٠٠ و ٠٠ وهلم جرا ٠ وعلى هذا النحو ، قد يصبح من المفيد التحدث عما نسميه العلاقة بين البيئة والسلوك ، أو العلاقة بين الشيء والتصرف ، مثلما نتحدث عما يسميه علماء النفس وعلماء النفس الاجتماعى العلاقة بين «المنبه» و « الاستجابة » ٠

(٢)

الشـــخصية

أشرنا ، فيما سلف ، الى أننا لا نستطيع أن نستخلص الا أقل القليل عن السلوك البشرى ، اذا اقتصرنا على ارجاع السلوك الى العلاقة بين المنبه والاستجابة ، وذلك لأن الفرد أو « شخصيته » يلعب دورا كبيرا فى تحديد وتقرير نوع الاستجابة للمنبه • ولئن كان فى الامكان ملاحظـة معظم ضروب المنبهات والاسـتجابات ، وقياسها قياسا مباشرا ، فان حالة « الشخصية » يمكن ملاحظتهـا أيضا ولكن على نحو غير مباشر ، كما يمكن قياسها ولكن بصعوبة • وبالنظر الى أن حياة الفرد العقلية هى حياة خاصة به تمـاما ، وبالنظر الى أن الأفراد أنفسهم لا يفطنون فى كل وقت الى ما يحدد ويقرر ــ أو ما سوف يحدد ويقرر ــ استجاباتهم للمنبهات ، فانه يصبح من الضرورى ارجاع بعض الاتجاهات المعينة الى طبيعـة الأفراد أنفسهم ، ما دام من المستحيل ملاحظتها على نحو مباشر •

وباختصار ، فان ما يقال عن حالة الشخصية يجب ــ بل يجب دائما ــ استخلاصه من سلوك الفرد فى الماضى • فمثلا من المفيد أن نقف على مدى ذكاء مثل هذا الفرد ، فاذا ما ظننا أننا نستطيع بمجرد النظر الى شخص ما أن نكتشف مـدى ذكائه من مظهره ، فاننـا نقع فى خطأ شائع ، اذ أنه من المحتمل الى حـد كبير أن نكتشف ، فيما بعد ، أن حكمنا هذا ، هو حكم غير دقيق • ذلك أن ما كان يتعين علينـا أن نفعله هو أن نلاحظ ردود أفعـال ذلك

الشخص ازاء مثل هذا المنبه فى الماضى ، حتى نصل الى قرار أكثر دقة عن مدى ذكائه أو عـدم ذكائه حين يتصرف فى المستقبل ٠ وليس أدل على ذلك من أن اختبـــارات الذكاء التى تجرى فى الوقت الحاضر ، على معظم الأطفال وكثير من الراشدين انما تسير على هذا النحو ٠ أى أن الفرد يطلب اليه أن يقوم بحل عدد من المسائل والمشكلات غير المتجانسة ثم تعطى لاجاباته درجات يمكن عن طريق دراستها ، قياس مقدرته ، وعلى أســاس هذا القياس يمكن ادراك الطريقة التى سيحل بها مسائل أو مشــاكل جديدة مماثلة تواجهه فى المستقبل ٠

والواقع أن الطرق التى يتم بها تنظيم الاتجاهات والمواقف والميول داخل الفرد ، يمكن الاشارة اليها بوصفها تمثل شخصيته وعلاقة هذه الشخصية بالسلوك ، ذلك أن معظم ضروب السلوك كما أوضح « وارنر » ، و « لافت » تتوقف على الموقف الاجتماعى الذى يجد الفرد نفسه مواجها له ٠ فهو يسلك على نحو معين حين يتعامل مع أعضاء طبقته ولكنه يميل الى السلوك على نحـو آخر مختلف حين يتعامل مع شخص آخر لا ينتمى الى طبقته ٠ فاذا كان هذا الفرد أرستقراطيا ينتمى الى الطبقة العليا مثلا ، فانه حين يشترك مع رفاقه فى حفل شراب يكون قادرا على التعبير عن نفسه على نحو أكثر سهولة وتحررا مما يكون عليه حين يتحدث مع عامل عادى يعمل بمحطة « البنزين » التى يتردد عليها ، أو حين يتحدث

---

(١) Warner, W. Sloyd & Lunt, Paul S., «Yankee city Series» : Vol. 1, «The Social Life of a Modern Community», vol. 11, «The System of a Modern Community». (New Haven : Yale University Press, 1941, 1942).

مع زميل قديم لا يقابله الا مصادفة في اجتماع عام • كذلك حين تتجادل ـ مثلا ـ زوجة مع زوجها ، وحين يقوم الطبيب بفحص مريض ، وحين يصف القصاص شخصا ما في احدى قصصه ، فان الاهتمام المبدئي ينصب على الشخصية بكل ما تنطوى عليه من تباين وتماسك وتأرجح واتجاهات مفترضة • والغرض من ذلك هو معرفة الشخصية لا بشكلها المجرد ولكن بشكلها الواقعي الحقيقي • هذا على حين أنه فيما يتعلق بدراسة الرأى العام والدعاية ، فان الشخصية نادرا ما تكون محور الاهتمام الرئيسى ، ذلك أن ما يجب معرفته هو المواقف والميول والاتجاهات العامة التى تصدق بالنسبة لكثير من الأفراد بصرف النظر عن الدور الفريد الذى تلعبه هذه المواقف والميول والاتجاهات داخل كل منهم على حدة • وفى هذا الصدد ، يجب الاعتراف بأنه لا يمكن تحليل كل فرد في وقت واحد ، على حين أنه يمكن تحليل قطاعات من شخصيات كثيرة من الناس في وقت واحد •

(٣)

الـدوافع

ان الخاصية الأولى والصارخة فيما يتعلق بأى كائن عضوى هي حاجته الى القيـام باستجابة ما • فالجماد وحـده هـو الذى لا حاجات له اللهم الا ما يتعلق بالتكيف مع البيئة بحسب طبيعته • غير أن هذه الطبيعة لا تضطره الى البحث عن منبه أو مؤثر يتعين عليه أن يستجيب له حتى يتحقق له البقـاء • هـذا على حين أن الاحياء يتحركون دائما ، نحو منبه ما أو نحو استجابة لمنبه ما • وفيما يتعلق ببنى البشر ، فان كل فرد يعرف أن لديه حاجات قد يسميها غرائز ، أو اتجاهات ، أو رغبات ، أو دوافع (وفى هـذا الصدد ، فان كلمة « دوافع » سـوف تستخدم بوصفها اصطلاحا لا مهرب من استخدامه) • وما لم يكن المنبه أو المؤثر قويا وملحا الى حد كبير ، وما لم يكن الدافع نشيطا وفعالا ، فانه لن تكون هناك استجابة. فالناس يأكلون مثلا عندما يكونون جائعين لا عندما يكونون ممتلئين •

ويدرك الفرد أن الدافع نشيط ويحتاج الى اشباع ، عندما يشعر بالقلق والتوتر وافتقاد السعادة • فعندئذ يعرف الفرد أنه فى حاجة الى تغير ما ، وأنه يسعى وراء شيء ما من شأن بلوغه ازالة قلقه وتوتره وافتقاده السعادة • أى أن هذا الفرد انما يسعى

الى التخفيف من حدة الدافع ، وهو أمر لا يمكن أن يتحقق الا بتغيير السلوك أى باحداث استجابة يطلق عليها السلوكيون اسم « الاستجابة الهدف » التى يعنى بلوغها أن الدوافع قد وجدت اشباعا • فالطعام يكون أكثر امتاعا للفرد حين يكون هذا الفرد جائعا لا حين يكون فاقدا الشهية الى الطعام • ففى حالة الجوع كان هناك توتر أكبر تم تخفيفه عن طريق تناول الطعام بشهية ، ذلك أنه بدون الدوافع لا يكون هناك توتر يحتاج الى تخفيف واشباع . لهذا فان العلاقة بين الدافع والمنبه أو المؤثر هى علاقة مزدوجة ذات شقين ، فالمنبه أو المؤثر ينشىء دافعا ، كما أن الدافع هو الذى يهيىء الفرد للبحث عن منبه أو مؤثر جديد ، وهكذا دواليك •• فبعد أن يصبح الدافع نشيطا ، فان الفرد يصبح فى حالة استعداد لمنبه آخر • ففى حالة الجوع مثلا ، يبحث الفرد عن لافتة تشير الى وجود مطعم ، ثم يستجيب لهذه اللافتة ، بوصفها منبها ، بأن يدخل المطعم ، هذا على حين أن هذا الفرد ذاته قلما يلاحظ وجود مثل هذه اللافتة ، وقلما يبحث عنها حين يكون ممتلئا وغير جائع •

(٤)

الثواب ، والعقاب

عندما يؤدى المنبه الى احداث الدافع ، فان الفرد تصدر عنه استجابات كثيرة تنطوى على جزاءات مختلفة • فالاستجابات التى تؤدى الى التخفيف من التوتر هى جزاءات «ثواب» أما الاستجابات التى لا تؤدى الى التخفيف أو التى تؤدى الى زيادة التوتر فهى جزاءات « عقاب » •

أما جزاءات « الثواب » التى يسعى الفرد الى الحصول عليها ، وجزاءات « العقاب » التى يسعى الى تجنبها ، فتتقرر وتتحدد بحسب تركيبه العضوى ، وبحسب التجارب التى اكتسبها أثناء تنشئته ويفاعته ، وبحسب الدافع المعين بالذات الذى يفعل فعله فى هذا الفرد • فمثلا ، اذا « انغرس » دبوس فى أصبع طفل فانه يشعر بالألم وينزع الدبوس على الفور • وفى مثل هذه الحالة يكون « الثواب » سلبيا تماما ، ذلك أنه يتمثل فى تجنب الألم وبالتالى تخفيف حدة التوتر الناشىء عن هذا الألم . واذا ما تكررت هذه الحالة مرة أخرى أو أكثر فان الطفل يتحاشى الدبابيس عموما لأنه أصبح يعرف ما هو الدبوس ، وبالتالى أصبح يتوقع الألم سلفا اذا انغرس الدبوس فى أصبعه •

وهكذا فان جزاءات الثواب والعقاب تشكل الحافز الى التعلم وكما أن الفرد لن يشرع فى تعلم استجابات جديدة الا اذا أفلح

ـ بالضرورة ـ فى تخفيف حدة التوتر الناتج عن دافع معين أو أكثر من دافع ، فانه ، على ما هو متوقع ، سوف يستمر فى الاستجابة الى أن تفلح استجابة ما فى تخفيف حدة التوتر (وهذا جزاء ثواب) ؛ أو ربما كرر الاستجابة التى أدت الى تخفيف حدة التوتر (كجزاء ثواب سابق) . وهكذا فان الاستجابة التى تؤدى الى جزاء الثواب، أى الى تخفيف حدة التوتر ، تزداد قوة ، هذا على حين أن الاستجابة التى لا تؤدى الى تخفيف حدة التوتر أو التى تزيد حدته ، تتلاشى. وباختصار ، فان جزاء الثواب يدعم ويقوى ، الاستجابات ، على حين أن جزاء العقاب يقلل منها أو يقضى عليها .

غير أنه ليس من السهل تفسير السلوك على أساس مجرد الثواب الذى يقوى الاستجابة أو العقـاب الذى يقضى عليهـا ، كما قد يتبادر الى المرء للوهلة الأولى .

وعلى كل حال ، فان الفرد ، نتيجة لتعلمه السابق ، يسعى الى التخفيف من حدة التوتر الناشىء ، عن الدافع ، وذلك عن طريق الاستجابه على نحو كان منطويا ، فى الماضى ، على جزاء ثواب . وهكذا ، فان استجابته للمنبه ، سواء خارج أو داخل نفسه ، تتأثر ليس فقط بالدافع الذى يدفعه الى السـلوك ، بل تتأثر أيضـا بمحصلات التجارب السابقة . وهذه المحصلات هى العادات .

(٥)

الثبـــات

لعلنا فى غير حاجة الى القول بأن سلوك الناس لايتصف بالثبات، فهذه الحقيقــة معروفة على نطاق واسع ولا تحتــاج الى مزيد من الشرح والتوضيح • فالمرء منا يحب ، فى أحد الأيام ، لوحة فنية معينة ثم لا يلبث ، فى يوم آخر ، أن ينفر منها نفورا شديدا • كذلك فاننا نحب فى أحد الأيام شخصا ما ، ثم لا نلبث ، فى يوم آخر ، أن نتجنبه ونتحاشاه •• وهكذا دواليك •

ومع ذلك ، فان القول بأن السلوك الانسانى لا يتصف بالثبات هــو قــول يلقى اعتراضــا من (جوردون ألبــورت » ــ البــاحث المرموق الذى يقول ان التجارب التى أجراها لتحليل الشخصية قد كشفت بوضوح عن أن السلوك غير الثابت قد يكون ثابتا بالفعل ، بالقياس الى مجموعة عريضة من الميول والاتجاهات والمواقف أو الى مبدأ هام يعتنقه الشخص الذى نصف سلوكه بأنه غير ثابت •

وفضــلا عن ذلك ، فان الصراع بين استجابتين داخليتين غير ثابتتين ، يمكن التخلص منه بسرعة عنــدما يكون الدافع الذى تنطوى عليه احــدى هاتين الاســتجابتين أقوى من الدافع الذى تنطوى عليه الاســتجابة الأخرى : فالقروى الذى لا يســتخدم « الشوكة » فى تناول الطعام قد يعمد ــ على نحو غير ثابت بالقياس الى سلوكه اليومى ــ الى استخدام « الشوكة » حين يتناول غداءه فى أحد مطاعم العاصمة لا لشىء الا لأنه يدرك أنه ما لم يستخدمها

فقد لا يسمح له المطعم بالاستمرار فى تنـاول غدائه ، وبذلك يحرم نفسه من الطعام كلية • وليس أدل على ذلك مما اهتدى اليه « هارتشورن » و « ماى »(١) ـ Hartshorne and May ـ من أن تلامذة المدارس الأمريكية ، فى العشرينات ، لم يكونوا أمنـاء أو غير أمنـاء بصفة ثابتـة • فهم قد يعمـدون الى الغش داخل المدرسة ، ولكنهم لا يفعلون ذلك حين يكونون فى منازلهم •

كذلك يتخذ « كانتريل »(٢) ـ Cantril ـ موقفا مماثلا ، فهو يذهب الى أن كثيرا من الناس يعتنقون معتقدات متضاربة مع بعضها البعض فيمـا يتعلق ببعض الموضوعات الهامة ، دون أن يوصف سلوكهم بأنه يفتقر الى الثبات • فالاستجابة التى تؤدى الى حالة صراع ، قد لا تنشأ على الاطلاق ، وقد تنشأ فى أوقات مختلفة ، وقد تكون ذات قوة مختلفة متباينة •

وباختصار ، فان مشكلة افتقار سلوك الرأى العام الى الثبات لا يمكن حلها فى كل وقت ؛ ذلك أن ما ينبغى فحصه لا يتمثل فى الناتج النهائى الذى يسفر عنه البحث أو الاستقصاء ، بل يتمثل اما فى المواقف والاتجاهات والميول والعادات السائدة ، واما فى الأسباب التى تدفعهم الى التغير ، واما فى الاثنين معا • فمثلا قد يظل الناس متمسكين بسلوك ثابت هو استنكار جريمة القتل ، فى الوقت الذى يغيرون فيه « موضة » أزيائهم كل عام ، كذلك قد لا يكشفون عن حبهم لأحد قادتهم الا بعد موته !

---

(١) Hartshorne, Hugh & May, Mark A. «Studies in Deceit» (New York: Macmillan, 1928.

(٢) Cantril, Hadley. «Public Opinion in Flux», Annals of American Academy of Political & Social Science, 1942, V. 220, pp. 136 - 152.

(٦)
التبـــرير

ينـدر أن تجرى الأحداث على النحو الذى يريده المرء منا ٠ فالدوافع قد تنشأ ، ومع ذلك لا تتحقق الاستجابات التى تؤدى الى التخفيف من حدة التوتر ؛ وبالتالى لا يتحقق الاشباع الذى نسعى اليه ، فنشعر بالاحباط والقلق ٠

ومع ذلك ، فان بعض الناس يقدرون على كظم شتى ضروب الاحباط والقلق ، دون أن يضطروا الى جعل أنفسهم أقل افتقارا الى الاشباع أو أكثر شعورا بالراحة ، كما أنهم يقدرون على تحمل الصراع بدون أن يضطروا الى السعى من أجل التخلص منه ٠

ومن ثم ، فان تجنب شتى ضروب الاحباط والقلق والصراع ، أو التخفيف منها ، يمثل مشكلة دائمة ٠ وعلى العموم ، يمكن فهم الرأى العام ــ فى معظمه ــ بوصفه مجموعة من الاستجابات المتضاربة والمتعارضة ٠ لهذا ، فان التبرير ينشأ عندما يؤدى الألم الناتج عن استجابة ما الى نشوء استجابة أخرى أقوى تقدر على التخفيف من حدة الألم أو تقدر على التخلص منه ، ومن ثم فان القدرة على ايجاد تبرير معقول ، أو حتى مضلل ، للسلوك ، قد تؤدى الى نتائج طيبة نافعة ٠ فبهذه الطريقة يستطيع المرء أن يحمى نفسه من المنغصات الناتجة عن الصراع والقلق والاحباط ٠

ومع ذلك ، فان التبرير قد يؤدى الى نشوء مصاعب ومشكلات ، وذلك عندما يكون التخلص من القلق والاحباط والصراع ظاهريا وزائفا ، ففى مثل هذه الحالة يظل الألم منتجا لأثره بأشكال أخرى يحول التبرير دون تمكين المرء من تعقبها وهو فى حالة الوعى ٠

كذلك ، توجد تبريرات قد يبدو أنها تنشأ ، فى وقت واحد ، بالنسبة لأشخاص كثيرين بدون تهيئة سابقة من جانب التقاليد الثقافية أو القادة ٠ فمثلا يشير « كانتريل »(١) Cantril الى أنه قد طرأت زيادة تبلغ حوالى عشرة فى المائة على عـدد الأمريكيين الذين كانوا يؤيدون اتخاذ الحكومة الأمريكية اجراءات من شأنها مساعدة بريطانيا فى أثناء الحرب العالمية الثانية ، وذلك بعد أن صدرت القوانين المتعلقة بهذه المساعدة ، فى الوقت الذى لم تكن فيه الولايات المتحدة الأمريكية قد اشتركت فى تلك الحرب ٠

---

(١) Ibid.

(٧)

الابـــدال

عنـدما يواجه المرء بالاحبـاط والقلق والصراع ، فـانه قد يسعى ليس فقـط الى التبرير ، بل أيضـا الى شيء آخر يجلب لـه الاشباع والرضا ، هذا الشيء هو احداث استجابة بديلة تنشـأ ــ في معظمها ــ نتيجة للألم الذى يعمل عمله بوصفه دافعـا • ومن أكثر الأشكال شيوعا ، فى هذا الصدد ، محاولة التخفيف من حدة الألم تخفيفا جزئيا عن طريق التخريب أو العدوان • وبالطبع ، فان هذا التخريب أو ذلك العدوان هو أحد النتائج المترتبـة على الاحباط(١) ؛ هذا الاحباط الذى يتمثل فى العجز عن التخفيف من حدة الدافع أى العجز عن التخفيف من حدة القلق أو العجز عن حل الصراع •

وبالنظر الى أن احدى الوظائف الهامة التى يمارسها المجتمع تتمثل فى تزويد ضحايا الاحباط ، بأهداف يمكن أن تحل محـل التخريب والعدوان ، فان أحد الأهداف الشائعة ، فى هذا الشأن ، يتمثل ــ فى كثير من الأحيان ــ فى جماعة أخرى من أفراد المجتمع يعتبرها الناس مختلفة عن جماعتهم التى تعانى من الاحباط •

---

(١) Doob, Leonard W., Miller, Neal E.; Mowrer, O. H. & Sears, Robert R., «Frustration and Aggression» (New Haven: Yale University Press, 1939. Chaps 1 - 3.

(٨)
التعويض

سواء أمكن التخلص من العدوان عن طريق « الابدال » أم لم يمكن ذلك ، فان هذا لا يغير من واقع الأمر المتمثل فى أن هذا العدوان ينتج عن الاحباط · لهذا ، فان ثمة طريقة أخرى للتخفيف من حدة هذا الاحباط هى خلق استجابة جديدة ــ تسمى « التعويض » ــ من شأنها التخفيف من حدة دافع آخر مختلف لا يكون له وجود عند ما ينشأ الاحباط الأصلى · وفى بعض الأحيان ينظر الى التعويض بوصفه وسيلة أكثر صحة من تبرير الألم ، ومن التحول الى العدوان · فالفتاة التى تعجز عن جذب انتباه الشاب اليها بسبب افتقارها الى الجمال الصارخ قد تجد في التوفر على التعليم والتفوق فيه نوعا من التعويض يجلب لها الاشباع والرضا·

والواقع أن الناس ينشدون التعويض وخاصة حين يعانون ويقاسون من أزمة ما · لهذا فان الاسراف فى الشراب والملذات يصبح أمرا مألوفا في أوقات الحروب · ذلك أن مثل هذا السلوك يؤدى الى نتيجة ذات شقين ، يتمثل أحدهما فى التخلص من منغصات اليوم الراهن ، بينما يتمثل الثانى فى التخلص من القلق فيما يتعلق بما قد يأتى به الغد !

ولعل خير مثل على هذا التعويض ، بالنسبة للدول الصغرى الضعيفة ، هو الميل القوى الشديد الى الاعتزاز بالعظمة والوطنية والسيادة ·

(٩)

الاسقاط

لعلنا فى غير حاجة الى القول بأن فهم الأشخاص الآخرين أمر عسير ، فى العادة ؛ ذلك أن السلوك الخارجى أو المظهر الذى يبدر منهم ، يمكن تفسيره بأشكال مختلفة متباينة ، كذلك فان شتى ضروب الدوافع ، والمواقف والاتجاهات والميول ، والمعرفة ، التى ينتج عنها مثل هذا السلوك لا يمكن الوقوف على أسرارها فى وقت قصير .

وقد يكشف الرأى العام عن ميله الى « الاسقاط » نتيجة لعدة أسباب . فالناس يميلون الى تبرير بعض ضروب الابدال التى يلجأون اليها عن طريق اقناع أنفسهم بأن الآخرين يعمدون الى هذا الابدال أيضا . والدليل على ذلك هو أن تضامن «الجماعة الداخلية» الصغيرة يقوى ويشتد نتيجة لوجود جماعة أخرى « خارجية » ، وذلك على نحو ما اهتدى اليه « سومنر » ـ Sumner ـ وغيره(١) من أن العدوان بين أفراد الجماعة الداخلية تجرى عليه عملية « الابدال » فيتحول الى عدوان ضد الجماعة الخارجية . ففى هذه الحالة تزعم الجماعة الداخلية أن الجماعة الخارجية هى التى تعتدى . ولقد كان هتلر يستخدم هذه السياسة مرات ومرات كلما اضطرته الظروف الى تبرير التوغل النازى فى الدول الأخرى .

وهذا النوع من السلوك هو ما يطلق عليه الباحثون اسم « الاسقاط » .

---

(١) Sumner, William Graham. «Folkways», Boston: Ginn, 1906. Pp. 16 - 8 & Chap. 13.

(١٠)

التطـابق

« التطابق » هو معكوس « الاسقاط » ؛ فعلى حين أن الاسقاط هو أن يسقط المرء سلوكه على الآخرين قـائلا « انهم مثلى » فـان التطابق هو أن يشـعر المرء بأنه يسـلك على نحو مطابق لسـلوك الآخرين ، أو يحـاول ـ بوعي أو بغير وعى ـ أن يفعـل ذلك على أساس قوله « اننى مثلهم » ٠

وعلى الرغم من أن الاسقاط والتطابق متعـارضان من حيث طبيعة كل منهما ، فانهما قد يحـدثان فى الموقف الواحـد ويكمل أحدهما الآخر ٠

لهذا فليس من قبيل المصـادفة أن يلجأ القادة المحـدثون الى « التطابق » بأن يستخدموا ، فى بعض الأحيـان ، عبـارات مثـل « يا أبنائى » و « يا اخوانى » ، فمثل هذه العبارات تصبح أشـبه بكنايات رمزية توحى ، على حد ما يقول « فرويد »(١) ـ Freud ـ بالدعامة الأصلية لولاء الجماعة « الداخلية » لقائدها ٠ ويعمـد الرأى العام الى « التطابق » مع القادة أو مع أفراد الجماعة المعينة ، فروح الجماعة مثلا ، تتكون من الوعى ليس فقط بالهدف المشترك أو بالتقاليد الجماعية ، بل أيضا بأفراد الجماعة الذين يكافحون من أجل بلوغ هذا الهدف ٠

---

(١) Freud, Sigmund, «Civilization and its Discontents», New York: Cape & Smith, 1930.

(١١)
التـــوافق

ان احدى خصائص حيـاة الجماعة التى تتطلب ـ فى معظم الأحيان ـ ضربا من ضروب التبرير تتمثل فى الضغط على الفرد من أجل التوافق مع ارادة الغالبية • فمن ناحية ، يعرف الناس أن التـوافق يؤدى ـ فى العـادة ـ الى الشـعور بالأمـان والأمن غير أنهم ، من ناحية أخرى ، يعرفون أنهم لا يستطيعون أن يكونوا متوافقين دائما • ولكن الميل الى التوافق هو الغالب ، ذلك أن الناس يتعلمون فائدة التوافق ومزاياه منذ نعومة أظافرهم ، حين يتلقنون ضرورة التوافق مع الأسرة والمجتمع والا حل بهم العقاب •

ويمثل الرأى العام الخارجي ، للجماعة المتحدة ، فيما يتعلق بكثير من الموضوعات ، الحرف J ؛ فحجم ذيل هذا الحرف أو ميل المنحنى بحيث يمثل شكل « ناقوس » ، هو مقياس عدم التوافق بين الجماعة(١) •

هذا ، ويميل خصوم الديمقراطية الى القول بأن هذا التوافق يجعل الناس أشبه بقطيع من الغنم ، لأنهم يتوافقون تماما مع

---

(١) Doob, Leonard W. «Variability and Culture, Psychological Monographs,» 1936, v. 47, No. 212 Pp. 375 - 380

رغبات قادتهم . ومثل هذا القول يكون خليقا بأن يحتوى على حبة خردل من الصدق ، فقط ، اذا جردناه من لهجة السخرية !

ومن حسن ــ أو سوء ــ الحظ أنه يوجد دائما فى المجتمع بضعة أشخاص يتمتعون بخصائص وخبرات مختلفة عن غيرهم من الناس تجعلهم غير قادرين على التوافق . وأمثال هؤلاء الناس ــ بشريطة أن يكونوا حكماء وأسوياء ــ هم القادة الذين يحسون بالرأى العام « المرتقب » بينما يكون هذا الرأى لا يزال « كامنا » ، حتى لو كان هذا الرأى العام يعمل فى الاتجاه المعاكس لهم ولجهودهم .

(١٢)

التبسيط

الواقع ، أنه لا يوجد شيء بسيط سهل فى هذه الدنيا ، أو بمعنى أصح ، فان كل شيء يمكن أن يصبح معقدا اذا ما تأملنا ــ بعمق ــ طبيعته الحقة · فحتى القول بأن ١+١ = ٢ ، لا يبدو قولا بسيطا سهلا اذا نحن تذكرنا أن هذه المعادلة الأولية تتطلب معرفة اللغة وتتطلب الاتفاق على المجردات والرموز المسماة الأرقام ، هذه المجردات والرموز المستمدة من أشياءواقعية بحتة ، وما شاكل ذلك من أمور تتعلق بعلم المنطق والفلسفة ·

وهناك نوع شائع من التبسيط ، يحدث ، عندما يتم ادراك جزء من منبه (مؤثر) واحد بينما يتم اهمال بقيــة الاجزاء · وتسود هذه الاستجابة الجزئية نتيجة لعدم قدرة الفرد على استحداث الاستجابة الكاملة أو نتيجة لوجود دافع مسبق يمنع الفرد من ادراك بقية أجزاء المنبه (المؤثر) · ويرجع عدم وجود الاستجابة الكاملة وكذا وجود الدافع المقيد ، فى معظم الحالات الى مؤثرات ثقافية سابقة ذات نفوذ على الفرد ، الذى لا يعدو ــ بسبب ذلك ــأن يرث التبسيطات المنحدرة اليه من الماضى ·

ومن ثم فان الاشخاص الذين يصدر عنهم « رد فعل » ازاء حدث معين ويدركون أن استجاباتهم الداخلية لا تجد لها مخرجا

ملائما أو مشبعا يصبحون مهيئين ـ فى مرارة ـ لاقناع أنفسهم بأى تفسير أثبت جدواه ونجاحه فى الماضى • ويصدق هذا ، بوجه خاص ، عندما يكون التفسير الصحيح والأكثر كفاية صعب المنال ، أو عندما يبدو الحدث وكأنه يتحدى كل ضروب التحليل التبريرى • فمثلا ترتبط خرافات كثيرة بأحداث معينة ليس للفرد سلطان عليها •

والواقع ان التفسيرات المبسطة التى يثبت ـ بصفة عامة ـ نجاحها أو قدرتها على الاشباع ، هى تلك التى يكون الفرد قد اعتاد تطبيقها على نفسه ، والتى يسقطها هذا الفرد على الأحداث الخارجية •

وهناك نوع آخر من التبسيط ، يحلو للباحثين فى المنطق وعلم اللغة أن يشيروا اليه ، ونعنى بذلك : اختزال الشىء على نحو يجعله مطابقا تماما للاسم التعسفى الذى يطلق عليه • لهذا فان اللغة تشجع على التبسيط ، لأنها تساعد الفرد على أن ينظر الى الشىء أو الشخص أو الموقف على أساس تعسفى ، أى على أساس أنه اما أبيض وأما أسود ، وكأن هذا الفرد قد نسى تماما أن هناك درجات تفصل ما بين النقيضين المتطرفين •

هذا ، الى ان السعى الواسع النطاق الى الحصول على التفسيرات البسيطة السهلة يوحى ـ الى حد ما ـ بأن الناس مستعدون لقبول التبسيطات التى يقدمها اليهم شخص آخر • فمثلا لاحظ «كانتريل» Cantril أن « القضايا والمقولات اللفظية ، وكذا التعاريف الموجزة للفعل أو الاجراء ، تكون هامة الى أقصى حد عندما لا يكون الرأى محدد المعالم ، وعندما يكون الناس على استعداد لقبول

ما يوحى اليهم من مصدر موثوق به يسعون اليه ليزودهم بتفسير ما أو آخر »(١) ٠

غير أن هذا لا يعنى أن كل الموضوعات المتعلقة بالرأى العام يجب أن تكون مبسطة حتى يدركها الناس ؛ ذلك أن كل موضوع من الموضوعات يسلك طريقا خاصا به يتمثل أحد طرفيه فى أن الفرد يعرف أو يقول ـ ببساطة ـ أنه يملك ازاءه موقفا أو اتجاها أو ميلا محبذا أو غير محبذ ، بينما يتمثل الطرف الآخر فى اثقال المرء على نفسه عن طريق محاولة فهم كل المشكلات التى يعتقد أنها مرتبطة بهذا الموضوع أو متعلقة به ٠ وهكذا ، فان الرأى العام المطلع هو ذلك الذى تستند قراراته ليس فقط الى القبول أو الرفض البسيطين ، وليس فقط الى أطنان المعرفة والسمو الروحى ، بل تستند أيضا الى تفهم وادراك وتمحيص أكبر عدد ممكن من العوامل الواردة المتعلقة بهذا الموضوع ٠

(١) Cantril, Hadley, «Public Opinion in Flux». Annals of American Academy of Political & Social Science, 1942, v. 220, Pp. 136 - 152.

(١٢)

النتائج المستخلصة

ليس الاهتمام بسلوكيات وسيكولوجية الرأى العام بالأمر الجديد • ففى حقبة الثورة الفرنسية مثلا ، كان الرأى العام يحظى باهتمام كبير يكاد أن يبلغ درجة التقديس • كذلك فان الباحثين فى عصر الاستنارة العقلية كانوا يؤمنون بأن الفهم الصحيح لسلوكيات وسيكولوجية الرأى العام خليق بأن يؤدى الى حل جميع المشكلات السياسية والاجتماعية • ومن ناحية أخرى ، كان المناهضون لهذا الرأى ــ من أمثال نابليون الأول ، ومترنيخ ــ يؤمنون بأن العوامل العاطفية وحدها هى التى تحدد وتقرر طبيعة الرأى العام ، ومن ثم راحوا يتصرفون ويسلكون على هذا الأساس. وبالطبع فان فهم كل من هذين الفريقين المتعارضين كان خاطئا ، على ما أثبت التاريخ •

ذلك أن علم الاجتماع الحديث قد برهن على أنه ، فى الماضى ، كانت النظريات المتعلقة بالسلوك الانسانى بالغة التبسيط والتعميم على النقيض مما هو معروف فى الوقت الحاضر • فنحن نعرف الآن أن الانسان محكوم ليس فقط بالدوافع الحسية مثل الجنس والجوع والخوف وما شاكل ذلك ، بل محكوم أيضا بدوافع نفسية وحوافز اجتماعية مكتسبة ، فكل فرد يحاول ــ بصفة مستمرة ــ أن يقيم لنفسه بيئة نفسية أكثر استقرارا ، عن طريق محاولة التوفيق بين الآراء المتنازعة • ويترتب على ذلك أن الفرد ، داخل الحدود التى

تسببها الحوافز الأخرى ، يعمد الى تغيير اتجاهه أو ميله أو موقفه بطريقة عقلانية تبريرية اذا ما ووجه بحقائق وآراء تتمشى مع معتقداته الأساسية ، ولكن على أساس توافر هذا الشرط • انه يحاول أن ينفـــذ نمطا معنيا داخل اطار خبرته ، وذلك بطريقة مفهومة ، وفى بعض الحالات ، فان العاطفة العمياء تكون هى النتيجة الوحيدة للقيود والحدود المفروضة على التجربة البيئية •

ومع ذلك ، فان العامل العاطفى فيما يتعلق بتكوين رأى الفرد أو الجماعة ، هو عامل بالغ القوة • ويسمى أحد الحوافز الأساسية ذات القوة الكبيرة « حافز الدفاع عن الذات » • وحين يستجيب الناس لهذا الحافز ، فان بعضهم يكونون قادرين بالفعل على تقدير الموقف الاجتماعى الذى ينظم الدوافع الداخلية تبعا لذلك • هذا على حين أن البعض الآخر من الناس يلجأون الى اجراءات الدفاع السيكولوجى عن الذات ، بما فى ذلك انكار الحقائق التى لا يمكن انكارها • ذلك أن القوة الدافعة الرئيسية تتجه دائما صوب حماية النواة الداخلية لتكامل ذاتية الفرد •

وتشمل الحوافز النفسية والاجتماعية المكتسبة دوافع العدوان، والرغبة فى التأثير على الآخرين ، والرغبة فى الفهم ، والرغبة فى أن يكون المرء مقبولا من الجماعة ، والتنافس على احتلال الحظوة والمكانة ، وغير ذلك من الدوافع •

وكلما ازدادت الحضارة تعقيدا ، ازداد بالتالى ، تعقيد الوسائل التى بمقتضاها يتحقق اشباع الدوافع والحوافز سالفة الذكر • فمثلا يتحقق الاشباع عن طريق « اعلاء » بعض الدوافع والحوافز ، كأن يستعلى المرء على الحوافز العدوانية بأن يجد اشباعا فى قيادة سيارته بسرعة فائقة • كذلك قد يتمثل هذا « الاعلاء » فى ممارسة الرياضة البدنية العنيفة كوسيلة للتخفيف من حدة الميل العدوانى •

غير أنه في جميع الحالات ، فان تصرفات الفرد وآراءه انما تنتج عن منبه (مؤثر) يفعل فعله في عواطفه الأساسية ، يحاول الفرد أن يتكيف معه . هذا المنبه أو المؤثر بالذات ، هو بذرة الرأى العام . ذلك أن ردود أفعال الأفراد معا هى التى تصنع الرأى العام . وهؤلاء الأفراد قد يجتمعون وجها لوجه كما يحدث فى التجمعات أيا كان شكلها وحجمها ، سيان فى ذلك أن تكون فى شكل جمهور أو جماعة أو شرذمة أو طائفة أو جالية صغيرة . ومن ناحية أخرى ، قد لا يجتمع الناس معا وجها لوجه ، ومع ذلك يتكون منهم رأى عام عن طريق تعريضهم لنفوذ متماثل يتخذ شكل اعلام مكتوب أو منطوق أو مرئى ، كالصحافة أو الاذاعة أو التليفزيون .

ولعل « جبرييل تارد »(١) Gabriel Tarde المفكر الفرنسى هو أول من قام بمحاولة علمية ناجحة لتحديد الفوارق بين الجمهور العام والجمهرة من الناس ، وذلك فى كتابه المعنون « الجمهور العام ، والجمهرة من الناس » Le Publique et La Foule الذى صدر فى عام ١٨٩٨ .

فقد أوضح هذا الكتاب أن الجمهور العام هو مجموع الأفراد الذين لا يجتمعون معا وجها لوجه ، على حين أن الجمهرة من الناس هى أولئك الذين يجتمعون معا وجها لوجه . ويمضى « تارد » فيقول انه ، فيما يتعلق بأولئك الذين لا يجتمعون معا وجها لوجه فان الرأى الذى يهتدون اليه كرد فعل ازاء قضية معينة ، هو رأى يتصف بأنه متعمد واختيارى الى حد كبير ، ذلك أن الفرد الذى يكون رأيه اعتمادا على ما يقرأه أو يسمعه وهو بعيد عن الآخرين ، لا يرضخ بسهولة للرأى المعروض عليه ، بل يدرسه ويحلله ويتأمله ،

---

(١) Collier's Encyclopedia

في حرية واستقلال . هذا على حين أنه ، فيما يتعلق بأولئك الذين يجتمعون معا وجها لوجه ، فان الرأى الذى يهتدون اليه كرد فعل ازاء قضية معينة هو رأى يتصف بأنه أقل تعمدا واختيارا . ذلك أن الفرد ، في مثل هذه الحالة ، يرضخ بسهولة لتيار الرأى السائد مهما حاول أن يكون مستقلا وحرا في ابداء رأيه .

وكان « جوستاف لوبون » Justav Le Bon المفكر الفرنسى المرموق ، قد أجرى دراسة سيكولوجية ، عن الجمهور العام ، والجمهرة من الناس ، نشرها في عام ١٨٩٥ ، أى قبل نشر كتاب « تارد » بحوالي ثلاثة أعوام ، وهي دراسة لا بأس بها لأنها حددت خصائص « الجمهور » بصفة عامة .

أما هذه الخصائص فتتلخص فيما يلى :

أولا : الافتقار الى الشخصية الفردية .

ثانيا : سيادة الاتجاهات والمواقف والميول والعواطف والمشاعر العامة المنبثقةمن التراث الانسانى العام .

ثالثا : الافتقار الى الحرية الكاملة فى الاختيار ، وذلك لأنه فيما يتعلق بالجمهور ، فان المميزات الاجتماعية والشخصية تختفى ؛ كما أن المواهب الخاصة ، والمعارف الخاصة ، وثمار التعليم والتجربة لا تلعب دورا كبيرا ، في تحديد الرأى وتقريره ، بسبب سيادة الرأى السائد بين الجمهور .

وعلى كل حال ، فان الدراسات المعاصرة لسلوكيات الرأى العام ، تضع فوارق فاصلة ــ الى حد ما ــ بين شتى أنواع التجمعات .

فأولا : اذا كان الرباط المشترك الذى يربط بين جماعة الناس هو المبادىء السياسية والكفاح من أجل تطبيقها ، فان هذه الجماعة هي « الحزب » .

وثانيا : اذا كان الرباط المشترك الذى يربط بين جماعة من الناس هو اللغة المختلفة عن لغة غالبية الشعب ، فان هذه الجماعة هى « الجالية » ، كأن يقال الجالية الايطالية أو الجالية اليونانية مثلا.

وثالثا : اذا كان الرباط المشترك الذى يربط بين جماعة من الناس هو الدين المختلف عن دين غالبية الشعب ، فان هذه الجماعة هى « الطائفة » ، كأن يقال الطائفة الأرثوذكسية ، أو الطائفة الكاثوليكية مثلا ٠

ورابعا : اذا كان الرباط المشترك الذى يربط بين جماعة من الناس هو النشاط المؤقت فان هذه الجماعة هى « الفريق » ، كأن يقال فريق الكشافة ، أو فريق الجوالة ، أو فريق كرة القدم مثلا ٠

وخامسا : اذا كان الرباط المشترك الذى يربط بين جماعة من الناس هو المهنة ، فان هذه الجماعة هى « القطاع » كأن يقال قطاع العمال ، أو قطاع الموظفين مثلا ٠

وسادسا : اذا كان الرباط المشترك الذى يربط بين جماعة من الناس هو مجرد التجمع فى مكان واحد ، مع اختلاف الميول والاتجاهات والمواقف ، فان هذه الجماعة هى « الشرذمة » أو « الجمهرة » ٠

وسابعا : اذا كان الرباط المشترك الذى يربط بين جماعة من الناس هو مجرد التخصص فى خبرة معينة تندرج تحت مهنة واحدة ، فان هذه الجماعة هى « الفئة » ، كأن يقال فئة المهندسين المعماريين ، أو فئة المهندسين المدنيين مثلا ٠

وثامنا : اذا كان الرباط المشترك الذى يربط بين جماعة من الناس هو الخروج على القانون ، فان هذه الجماعة هى « العصابة » ٠

وتاسعا : اذا كان الرباط المشترك الذى يربط بين جماعة من الناس هو الولاء المشترك للدولة ، فان هذه الجماعة هى « الشعب » أو « الجمهور العام » ٠

وبالطبع ، فان التبويب سالف الذكر لا يعدو أن يكون تبويبا عشوائيا ، القصد منه هو مجرد التمييز بين جماعة وأخرى ، دون أن يصبح هذا التبويب تبويبا غلميا خالصا ٠ ذلك أن الفواصل بين هذه الجماعات انما هى فواصل غير ثابتة ، وبالتالى فان جماعة ما قد تتحول الى جماعة أخرى فى ظرف معين أو نتيجة لتغيرات كمية أو كيفية تطرأ عليها ٠

لهذا فان ميادين علم النفس قد اتسعت حتى أصبحت تشمل ما يسمى ، « علم النفس الاجتماعى » و « علم النفس التربوى » و « علم النفس الصناعى » ، و « علم النفس العسكرى » ٠٠٠ وهلم جرا ٠ ولسنا نريد التوسع فى هذا الحديث لأن هذا الكتاب ليس المجال المناسب لذلك ٠

* * *

وأيا كان الوصف الذى يصدق على هذه الجماعة أو تلك ، فان هذه الجماعات كلها يصدق عليها ما أوردناه فى هذا الفصل من عوامل تتعلق بسلوكيات الرأى العام ، من ثبات ، أو تبرير ، أو ابدال ، أو تعويض ، أو اسقاط ، أو تطابق ، أو توافق ، أو تبسيط ٠

(١٤)

قواعد تحكم سلوكيات الرأى العام

عندما تبين أن الأسلوب الاحصائى يمكن تطبيقه على دراسة الرأى العـام ، هرع كثيرون الى الكتابة عما أسموه « الحقائق الشاملة » التى كشف عنها هـذا الأسلوب الجديد · وعلى ضـوء بعض الاتجاهات المتعلقة بعلم النفس ، شاعت « القوانين » التى قيل انها قوانين علمية تحكم سلوكيات الرأى العام · ولعل أكثر المحاولات طموحا فى هذا الصدد ، هى تلك التى قام بها فى سنة ١٩٤٤ ، « هادلى كانتريل » ـ Hadley Cantril ـ البـاحث المرموق الذى كان يعمل فى ذلك الحين بمكتب بحوث الرأى العـام بجامعة برنستون الأمريكية ·

ووفقا لما اهتدى اليه « كانتريل » ، فان التعميمات ـ المسماة قـوانين ـ التى تتعلق بسـلوكيات الرأى العـام ، تتلخص فيما يلى(١) :

أولا : يكون الرأى العام فى أقصى درجات الحساسية بالنسبة للأحداث الهامة ·

ثانيا : من المحتمل جدا أن تؤدى الأحداث ذات الجسامة غير العادية الى تحويل الرأى العام من طرف نقيض الى الطرف الآخر ،

---

(١) Hadley Cantril and research associates, «Gauging Public Opinion» (Poinceton University Press, 1944) Pp. 226 - 230.

وذلك بصفة مؤقتة · ولا يصبح الرأى العام مستقرا الا اذا نظر الى ما يتعلق بهذه الأحداث نظرة فاحصة دقيقة ·

ثالثا : من الناحية العامة ، فان الرأى يتقرر ويتحدد نتيجة للأحداث أكثر مما يتقرر ويتحـدد نتيجة للأقوال ، اللهم الا اذا فسرت الأقوال ذاتها على اعتبار أنها أحداث ·

رابعا : تكون القضايا والمقولات الكلامية ، وكذا الأوصاف العامة للأحداث متمتعة بأقصى قدر من الأهمية عندما يكون الناس على اسـتعداد لتقبل ما يوحى اليهم من مصـدر مطلع موثوق به يسعون اليه ليفسر لهم ما يغمض عليهم ·

خامسا : لا يتوقع الرأى العام ، سلفا ، الأحداث الطارئة ، بل يقتصر دوره على احداث رد الفعل ازاءها عندما تقع ·

سادسا : من الناحية النفسية ، فان الرأى ــ بصفة أساسية ــ يتقرر نتيجة لقوة الصالح الخاص · فالأحداث والأقوال وغير ذلك من المنبهات تؤثر فى الرأى بقدر العـلاقة المتبـادلة بينها وبين الصالح الخاص ·

سابعا : لا يظل الرأى مستثارا لفترة طويلة الا اذا شعر الناس بأن صالحهم الخاص يتصل بهذا الرأى اتصالا قويا ، أو الا اذا تم تدعيم الرأى ــ المستثار بالأقوال ــ تدعيمـا واضحا ، بمقتضى أحـداث ·

ثامنا : ما دام الصالح الخاص مرتبطا بالموضوع ، فان الرأى لا يمكن تغييره بسهولة ·

تاسعا : عندما يكون الصالح الخاص مرتبطا بالموضوع ــ فى الدول ذات النظم الديمقراطية ــ فانه يكون من المحتمل أن يسبق الرأى العام السياسة الرسمية ·

عاشرا : عندما يكون الرأى متمتعا بغالبية بسيطة أو عندما لا يكون واضح المعالم وراسخ الجذور فان من شأن أى حدث هام ، ينطوى على حقيقة واقعة ، أن يحول الرأى الى جانب الموافقة ·

حادى عشر : فى الأوقات الحرجة ، يصبح الناس أكثر حساسية بالنسبة لكفاءة وقدرة قادتهم ، فاذا كانوا يثقون فى هؤلاء القادة فانهم يصبحون أكثر استعدادا للاعتماد عليهم فى تحمل المسئولية · أما اذا كانوا لا يثقون فيهم فانهم يصبحون أقل تسامحا ازاهم ·

ثانى عشر : يكون الناس أقل اعتراضا على قيام قادتهم باتخاذ القرارات الهامة ، حين يشعرون ـ بشكل ما ـ أنهم يسهمون فى اتخاذ هذه القرارات ·

ثالث عشر : يحتفظ الناس بآراء كثيرة ، ويقدرون على تكوين الآراء بسهولة أكثر ، فيما يتعلق بالأهداف لا الأساليب الضرورية لبلوغ هذه الأهداف ·

رابع عشر : تقوم الرغبة بتلوين الرأى العام ، شأنه فى ذلك شأن الرأى الخاص ، وحين يكون الرأى مؤسسا ـ بشكل رئيسى ـ على الرغبة أكثر من تأسيسه على المعرفة والاعلام ، فمن المحتمل أن يتأرجح هذا الرأى تارجحا كبيرا ، وخاصة بالنسبة للأحداث ·

خامس عشر : ان الأبعاد النفسية الهامة للرأى هى الاتجاه ، والصلابة ، والاتساع ، والعمق ·

سادس عشر : على الرغم من أن الرأى العام لا يتصف ـ دائما ـ بالثبات ، فان كثيرا من ضروب عدم الثبات تكون أكثر وضوحا مما هى عليه فى الحقيقة ، عندما يتم ادراك الأطر العامة للمرجع،

وعندما يتم اكتشاف المستويات الأساسية للحكم وتمييزها عن تلك التى استمدت منها الآراء ٠

سابع عشر : حين يكون النـــاس ـ فى الدول ذات النظم الديمقراطية ـ مزودين بفرص التعليم والحصول على المعلومات ، فان الرأى العام يكشف عن حس عام صلب المراس ٠ وكلما ازداد الناس ادراكا لمعنى ومغزى الأحداث والمقترحات المتصلة بصالحهم الخاص ، ازداد احتمال موافقتهم على الآراء الموضوعية التى تصدر عن خبراء واقعيين ٠

* * *

غير أن القواعـد سـالفة الذكر التى وضعهـا « كانتريل » لا تلقى قبولا من باحثين آخرين نذكر منهم « ليونارد دووب » ـ Leonard W. Doob ـ مثلا تلك التى يصـفها بأنها قواعـد مغـرية ولكنها فى الوقت ذاته قابلة للنقد والتجريح ٠٠ مغرية لأنها أرفع مستوى من المحاولات الأخرى الأقل اتصافا بالعلم ؛ وقابلة للنقد والتجريح لأنها أحكام مرسلة ومشوشة(١) ٠

ويشرح « دووب » وجهة نظره فيقول ان القانون الأول من قوانين « كانتريل » ، الذى يتحـدث عن حساسية الرأى بالنسبة للأحداث الهامة يمكن الرد عليه بأن هذه الحساسية ليست بالشىء الذى يمكن الكشف عنه فى كل وقت ـ وبالتالى فان هذا «القانون» لا بد أن يعنى أن الناس يصدر عنهم رد فعل ازاء هذه الأحداث التى صدر عنهم ازاءها رد فعل يتمثل فى ادراكهم انها مهمة ؛ ومن ثم فمعنى هذا أن الناس يصدر عنهم رد فعل حين يصدر عنهم رد فعل !!

(١) Leonard W. Doob, «Public Opinion and Propaganda». (New York: Henry Holt and Co., 1948) Pp. 61 - 64.

كذلك فيما يتعلق بالقانون الثالث ، الذى يشير الى أن الرأى يتقرر ويتحـدد نتيجة للأحداث أكثر مما يتقرر ويتحـدد نتيجة للأقوال ــ اللهم الا اذا فسرت الأقوال ذاتهـا على اعتبـار أنها أحداث •• فيما يتعلق بهذا القانون ، فانه مستمد من تعميمات ناشئة عن الموقف الحربى (فى أثناء الحرب العالمية الثانية) حين تكون المعارك أقوى صوتا من الأقوال • والا فان وصف الأقوال بأنها يمكن تفسيرها على اعتبار أنها « احداث » ، يعنى أن الناس يصدر عنهم رد فعل ازاء المنبه ، وهـذا حق • فالتقولات التى تنتشر فى مجتمع صغير وتؤدى الى التعريض بسمعة فرد ما أو الاقلال من شأنه فى نظر الرأى العام قد لا تعدو أن تكون مجرد كلمات وعبارات وجمل ، يتداولها الناس بشكل مثير شأنها فى ذلك شأن الاعلان المثير • فاذا صح تسمية التقولات والاعلانات « أحداثا » فان كل منبه يصبح ، فى مثل هذه الحالة ، حدثا !!

وفيما يتعلق بالقانون التاسع ، الذى يشير الى أنه من المحتمل أن « يسبق » الرأى العام السياسة الرسمية للدولة ، عندما يكون الصالح الخاص مرتبطا بالموضـوع المثار ، فان « كانتريل » قد استنبطه من الواقعة المتمثلة فى أن غالبية الشعب الأمريكى كانت قبل العدوان اليابانى على ميناء « بيرل هاربر » (فى أثناء الحرب العالمية الثانية) تحبذ قيام الولايات المتحدة باتخاذ اجراءات من شأنها مساعدة بريطانيا فى حربها ضد ألمانيا وايطاليا ، وذلك قبل صدور التشريع المتعلق بهذه المساعدة ، بحوالى أربعة أشـهر • وكلمة « يسبق » التى وردت فى هـذا القـانون هى كلمة ذات مضمون معين هو أن الرأى العام ــ فى ظرف معين ــ يكون قادرا ، بشكل ما ، على ادراك السياسة الحكيمة قبل أن يدركها ممثلوه فى الكونجرس ، وأن الرأى العام ــ تبعا لذلك ــ أكثر حكمة وأبعد نظرا من ممثليه !!

وفيما يتعلق بالقانون السابع عشر ، الذى يشير الى أن الرأى العام يكشف عن حس عام « صلب المراس » حين يكون النـاس مزودين بفرص التعليم والحصول على المعلومات ، فان ما ورد به يعتبر ، بدون شك ، دعوة مشكورة الى تنوير الشعب ، دون أن يعتبر تشخيصا للرأى العام ، ذلك أن كل فرد يفهم كلمة « صلب المراس » بالمعنى الذى يحلو له ! وفضلا عن ذلك ، فان ما ورد فى هذا القانون لا يوحى الا بأنه كلما زود الناس بمزيد من المعلومات ازدادت حصيلتهم من المعلومات .. وهذا تحليل حاصل !!

ويخلص « دووب » من ذلك الى أن قـوانين « كانتـريل » تكشف عن المزالق التى ينزلق اليها كل من يحاول التعميم فيمـا يتعلق بسلوكيات الرأى العـام ، استنادا الى فهـم مفكك . بل ان « كانتريل » ذاته اعترف بأن قوانينه لا تنطبق الا على « الرأى العام فى الدول ذات النظم الديمقراطية » .

* * *

ومع ذلك فان « دووب » الذى يأخذ على « كانتريل » محاولة وضع قوانين تحكم سلوكيات الرأى العام ، لا يتورع ـ بدوره ـ عن وضع مبادىء معينة يصفهـا بأنهـا « تخمين تجريبى » عن سلوكيات الرأى العام .

أما هذه المبادىء ، فتتلخص فيما يلى(١) :

أولا : يظل الرأى العام كامنا الى أن ينشأ موضوع يشـغل اهتمام الناس ـ والموضوع الذى يشغل اهتمام الناس لا ينشـأ الا عندما يكون هناك صراع وقلق واحباط .

---

(١) Ibid. Pp. 87 - 89.

ثانيا : وبالتالى ، فان الرأى العام الحقيقى هو محاولة للتخفيف من حدة الصراع والقلق والاحباط ، على النحو التالى :

(أ) عن طريق التبرير ، حين تكون استجابات العقاب أمرا لا يمكن تجنبه .

(ب) عن طريق الابدال ، حين تكون استجابات العقاب أمرا لا يمكن تجنبه ولكن يكون النشاط العدوانى مجزيا .

(ج) عن طريق التعويض ، حين تكون استجابات العقاب أمرا لا يمكن تجنبه ، وحين يكون النشاط العدوانى معاقبا عليه ، ولكن حين يكون النشاط البديل (التعويضى) مجزيا .

ثالثا : يتطلب الرأى العام ، التوافق ، على النحو التالى :

(أ) عن طريق الاسقاط ، حين يمكن بلوغ هذا التوافق عن طريق جعل بعض الناس يخلعون ميولهم ومواقفهم واتجاهاتهم ومعارفهم ، على الآخرين .

(ب) عن طريق التطابق ، حين يمكن بلوغ هذا التوافق عن طريق جعل بعض الناس يفترضون أنهم يتمتعون بميول واتجاهات ومواقف ومعارف مطابقة لما يتمتع به الآخرون .

(ج) عن طريق التبسيط ، حين يمكن بلوغ هذا التوافق عن طريق جعل الناس جميعا يتمتعون بمعارف متماثلة ومتطابقة .

رابعا : يتحول الرأى العام الداخلى الى رأى عام خارجى فى الأحوال التالية :

(أ) عندما يكون الميل أو الموقف أو الاتجاه منطويا على قوة دافعة كبيرة ٠

(ب) عندما يكون المرء مدركا أن التعبير عن الميل أو الموقف أو الاتجاه فى شكل اجراء ، سيكون منطويا على جزاء لا على عقاب ٠

ويستدرك « دووب » قائلا ان المبادىء سالفة الذكر انما تكشف عن ضروب من المشكلات يتعين على هذه المبادىء أن تواجهها ، ففيما يتعلق بكل مبدأ من هذه المبادىء توجد أسئلة كثيرة تتعلق بالشروط التى تتحدد على ضوئها الأوضاع والظروف التى يقال انها قائمة ٠

أولا : فيما يتعلق بالمبدأ الأول يمكن توجيه السؤال التالى : « متى ، ولماذا يعانى الأفراد من الصراع والقلق والاحباط ؟ »

ثانيا : وفيما يتعلق بالمبدأ الثانى ، يمكن توجيه السؤال التالى : « متى ولماذا لا يمكن تجنب استجابات العقاب ؟ ومتى يكون العدوان أو السلوك البديل مجزيا ؟ » ٠

ثالثا : وفيما يتعلق بالمبدأ الثالث ، يمكن توجيه السؤال التالى : « متى ولماذا يمكن بلوغ التوافق عن طريق الوسائل المتماثلة المتطابقة ؟

رابعا : وفيما يتعلق بالمبدأ الرابع ، يمكن توجيه السؤال التالى : « ما مدى القوة التى ينبغى أن تكون عليها القوة الدافعة للميل أو الاتجاه أو الموقف قبل أن يحدث الاجراء ؟ ومتى وكيف يعرف الناس أنهم سيحصلون على الجزاء بد لامن العقاب ؟ ومامدى القوة التى ينبغى أن تكون عليها القوة الدافعة للميل أو الاتجاه أو الموقف قبل أن تتغلب على الخوف من العقاب ؟ » .

ويختتم « دووب » تحفظاته سالفة الذكر بقوله ان الاجابات عن كل سؤال من الأسئلة سالفة الذكر تحتاج بدورها ، الى مجموعة فرعية من المبادىء والنظريات فيما يتعلق بسلوك الفرد ، وفيما يتعلق بالمنبهات فى المجتمع الذى يعيش فيه هذا الفرد .

الفصل الرابع

أساس الرأى العام

الظروف البيولوجية

لكى يظل الانسان على قيد الحياة ، يجب عليه أن يوائم نفسه لبعض الظروف البيولوجية ، فأفعاله الكلية الممكنة محدودة حتى أنه يتمنى أحيانا لو أن الطبيعة خلقته على غير الصورة التى خلقته بها ، وأحيانا يتصرف على اعتبار أنه غير خاضع للقوانين البيولوجية غير أنه حين يتجاوز الحدود الى هذا القدر فانه يقضى على حياته كفرد وكجماعة .

ففى كل الحضارات يجب على الانسان أن يؤدى وظائف معينة والا مات ، وقد يكيف نفسه بظروف غير عادية ، وكثيرا ما تبخس حدود احتماله ، على أن بعض الأنشطة التى تحددها الظروف البيولوجية مشتركة فى كل نوع من أنواع المجتمعات .

وقد وضع « برونسلاف مالينوفسكى Bronsilaw Malinowski » عالم الأنثربولوجيا المعروف ، قائمة بالتتابعات الحيوية الدائمة ، المشتركة فى كل الثقافات وهى(١) :

---

(١) Bronislaw Malinowski, «A Scientific Theory of Culture and other Essays» (Chapel Hill: University of North Carolina Press, 1944) P. 77.

(أ) الدافع	(ب) الفعل	(ج) الاشباع
الرغبة فى التنفس، التلهف على الهواء	استنشاق الأوكسجين	القضاء على ثانى أكسيد الكربون فى الأنسجة
الجـوع	تناول الطعام	الامتلاء
العطش	امتصاص السوائل	اطفاء الظمأ
الشهوة الجنسية	الجمـاع	الارتواء الجنسى
التعب	الراحـة	استعادة الطاقة العضلية والعصبية
الأرق	النشاط	اشباع التعب
النعاس	النـوم	الاستيقاظ بطاقة مجددة
ضغط المثانة	التبول	ازالة التوتر
ضغط القولون	التبرز	راحة البطن
الخـوف	الفرار من الخطر	الارتياح
الألم	تجنبه باجراء فعال	العودة الى الحالة الطبيعية

ويرى « مالينوفسكى » أن الفكر الماركسى يتضمن أن تتابع الجوع ثم الغـذاء ثم الاشـباع هو الأسـاس الأول لكل الدوافع الانسانية ، على أنه ينتقد هذا التفسير ذا الاتجـاه الواحد ، على أساس أن الانسان ، ككائن حى ، يختلف من الناحيتين التشريحية والفسيولوجية ، وأن استقلال مختلف الدوافع بعضها عن بعض

لابد من أن يتدعم ، فهو يقول : « ان كل دافع يتطلب نوعا معينا من الأداء ، وأن كل تتابع حيوى مستقل عن غيره الى حد كبير(١)»

ويوجز « مالينوفسكى » بعض انطباعاته فيما يلى(٢) :

الحاجات الأساسية	الاستجابات الثقافية
١ - الميتابوليزم (الأيض) أى مجموع العمليات المتصلة ببناء البروتوبلازما ودثورها	١ - المؤن (التزويد بالطعام)
٢ - التناسل	القرابة
٣ - راحة البدن	المأوى
٤ - الأمان	الحماية
٥ - الحركة	النشاط
٦ - النمو	التدريب
٧ - الصحة	علم الصحة (الحالات والعادات المفضية الى الصحة كالنظافة مثلا)

وهذه الحاجات الأساسية والاستجابات الثقافية لا تدل بطبيعة الحال الا على جزء صغير من النظريات الكلية التى يراها « مالينوفسكى » بالنسبة للسلوك الانسانى ، فهو يقول : « من

(١) Ibid. P. 82.

(٢) Ibid. P. 91.

الأهمية القصوى لدراستنا المقارنة للسلوك الانسـاني المنظم ، أن نتعلم من أولئك الذين يدرسون التشريح البشرى المقـارن والفسيولوجيا والوضع البيئى لذلك ، وما هى الحدود التى يمكن لأجهزة الانسان أن تظل تعمل فى نظام طيب من حيث ما نأكله من طعام وما تمتصه من أوكسجين ، ومدى الحرارة ، ومقدار الرطوبة فى الهواء ، والذى يصل الى الجلد مباشرة ـ أى أدنى ظروف البيئة الطبيعية التى تتفق مع نمو الأيض (الميتابوليزم) ، والوقاية من الجراثيم ، والتناسل الكافى(١) » .

وبالاضافة الى سـؤال « مالينوفسكى » عن التناسل ، تظهر مشكلة من الذى يكون له أطفال ؟ فيذكر « هوتون Hooton » أن عاقبة الخطيئة البيولوجية هى الموت التطورى(٢)

ومع تزايد سكان العالم بهذه السرعة ليس عجيبا أن نسمع من يقولون أنه : « ما لم تواجه الأمم المتحدة هذه المشـكلة فان النتائج لن تعدو أن تكون سطحية وموقوتة كمـا كانت نتـائج عصبة الأمم(٣) » .

وما لم ير النـاس المشكلة ويعملون على حلها ، فان أمريكا مثلا ، بعد سنة ٢٠٠٠ سرعان ما تصبح أمة من الأغبياء تحكمهم القلة القليلة الباقية من الأذكياء ، ولن تعود ديموقراطية بأكثر مما نجده فى بيت القرود ، لكن الجمـاهير التى تجلس على مدرج

---

(١) Ibid, Pp. 80 - 81.

(٢) Earnest Albert Hooton, «Twilight of Man» (New York: G. P. Putnam's Sons, 1959) P. 305.

(٣) Guy Irving Burch and Elmer Pendell, «Human Breeding and Survival» (New York: Penguin Books, Inc 1947) P. 123.

لترقب حفلات المصارعة ستظل ، بطبيعة الحال ، تردد شعارات الديموقراطية القديمة ، فالكلمات تبقى حية بعد دهاب من أطلقها على أن الكلمات الجميلة لا تسمن ولا تغنى من جوع(١) » .

أما بالنسبة الى علم تحسين النسل (اليوجينيا) وهى مسألة يتناولها الجدل العام ، فنحن نأمل أن يظل علم الوراثة بمنأى عن تناول الرأى العام له ، على أنه من سوء الحظ ألا يكون ذلك ممكنا فى دولة كبرى هى روسيا اليوم ، حيث يتحتم على علماء البيولوجيا أن يسيروا على خط الحزب الخاص بالمادية الجدلية فيما يتعلق بالوراثة ، اذ أن التاريخ يذكر أن من المستحيل تقريبا على الانسان أن يحجب رأيه فيما ينبغى أن يكون عن التأثير على ما يجده موجودا .

فلقد كان الاغريق القدماء يرون أن الكون يحكمه قدر قاسى مستهتر ، وفى العالم الحديث فان هذه الحتمية القاسية التى لا ترحم تنتشر فى التفكير العلمى ، وقوانين الفيزياء حلت محل قوانين القدر ، فيقول « ألفرد نورث هوايتهيد Whitehead » فى ذلك : « ان القضاء والقدر فى التراجيديا الاغريقية يصبح نظام الطبيعة فى الفكر الحديث(٢) » .

واذا لاحظنا نظام الطبيعة هذا ، نجده قد أدى الى نتائج ملحوظة ، فقد دل البحث على أن الأرض قد تكون ولدت من بليونى سنة ، وأنها ستفنى بعد عشرة بلايين أخرى من السنين ، ويبدو

---

(١) Ibid, P. 131.

(٢) Alfred North Whitehead, « Science and the Modern World» (New York: The New American Library of World Literature, Inc. 1948 edihion) P. 11.

من المعقول القـول بأن الشمس ستتفجر فى وقت مناسب ، وأن تفجر الاشعـاع النهـائى لن « يذيب الأرض فحسب بل سيذيب أيضا كواكب أخرى أكثر بعدا من الشمس ، وأنه بعد سـنوات قليلة من ذلك ، أى بعد أن يتبدد « دخـان الانفجـار » ستجد الشمس المتدثرة نفسها وقد أحاطتهـا أسرة من الـكواكب التى تبرد بسرعة ، ولن يكون هناك من يشهد هذه الصورة الحزينة ، اذ أنه حتى اذا استمرت الحيـاة على بعض الـكواكب حتى لحظة الانفجار النهائى ، فلابد من أنهـا تحترق بنفس الشمس التى أنشأتها وغذتها طوال هذه البلايين الكثيرة من السنين(١) » ٠

وحتى اذا اندثرت كل الحياة على أرضـنا ، فمن المعقول أن نتوقع أنها ستظل موجودة فى الكون قدرا لا عدد له من السـنين ، وهذا توقع بطبيعة الحال ، لكنه يقوم جزئيا على الأقل على حقائق معروفة ، فقد ذكر أحد علماء الفلك البارزين أنه بعـد دراسة دقيقة لنظام كواكبنا ، وجد أن الحياة موجودة على كوكب المريخ ، فلو سلمنا بهذا القول لاستنتجنا من بحثه : « أن الحياة لا تحدث نتيجة عملية خلق خاصة ، أو بسبب حادثة فريدة وانما هى نتيجة حدوث عمليات معلومة ، واذا توافرت لهذه العمليـات الظروف المناسبة فلا بد من أن تؤدى الى نشوء الحياة(٢) » ٠

---

(١) George Gamow,» Biography of the Earth», (New York: The Viking Press, 1946) P. 237.

(٢) H. Spencer Jones, «Life on Other Worlds» (New York: The Mocmillan Co., 1940) P. 244.

وقد لا تكون هذه الآراء أو النتـــائج مرضية للانســـان ، فالأمريكيون مثلا لا يريدون أن يدركوا « أننا لا تكون لنا فاعلية الا بمقدرا ما نعترف بوجود نظـام للوجود مســتقل عما نحب وما نكره(١) » ٠

ان الانسان الحديث أكثر قدرة من الأجيال التى سبقت ، على أن يكيف الكون المادى الذى حوله ليتفق مع احتياجاته ، على أن جهود الانسان اذا قورنت بالطبيعة كانت ضئيلة تافهة ٠

(١) Morris R. Cohen, «A Preface to Logic» (New York: Henry Holt and Co., 1944) P. 26.

(٢)

البيئة الجغرافية

ومن النظريات الشائعة جدا فى السنوات الأخيرة أن الحضارات تعتمد على المناخ فى نجاحها أو فشلها ، ولعل « الزوبرث هنتنجتون Huntington » هو المؤيد الأول الذى يدافع عن نظرية المجتمع المناخى(١) ٠

ان الانسان يستطيع أن يعيش فى أى مكان يمكن أن يحصل فيه على طعام ، لكن طاقاته البدنية والعقلية لا تبلغ درجة عالية من النمو الا فى مناطق قليلة ، وهى مناطق تباينت فى الماضى ، وستتباين فى المستقبل ، فالولايات المتحدة قد تغرب شمسها ٠ لكن ــ مصر ــ مثلا ــ قد تستعيد قوتها مرة أخرى ، ولهذا فإن الانسان يعزو فشله الى الظروف الاقتصادية أو الى العزلة أو الى آلاف العوامل الأخرى ، ان رأى هنتنجتون هو أن الكثير من نجاح الانسان وفشله انما يرجع مباشرة الى مقدار ما يملك من طاقة بسبب نوع معين من المناخ ، وأن الظروف المناخية الملائمة نادرة نسبيا فى العالم(٢) ٠

ان معظم المدن العظيمة ، أو الكبيرة منها على الأقل ، انما تقع فى خطوط عرض منخفضة نسبيا ، على أن « كلارنس أ٠ ميلز

(١) Ellsworth Huntington, «Civilization and Climate» (Revised edition; New Haven: Yale Univerisity Press, 1922).

(٢) Ibid, Pp. 271 - 294.

Clarence A. Mills ، يقــول إذا أراد شخص أن يســتمتع بالمتعــة الصــحية ومسرات الحيــاة الحقيقية كالمنــاخ الطيب مثــلا ، فانه يجد ذلك فى الأقاليم الواقعة جنوبى غرب أمريكا ، على ارتفـــاع ما بين ٤٠٠٠ و ٥٠٠٠ قدم أو فى جنوب المكسيك على ارتفــاع أعلى ، أو فى مرتفعات أندى(١) Andean highlands ٠

ان كثيرا من الخصائص الظاهرة لبنى الانسان يمكن تفسيرها من حيث علاقتها بالمناخ ٠ ولقد أدت الحضــارة الغربية الى بعض الآراء الثابتــة عن المنــاطق الاســتوائية ، كذلك كان من رأى « ابقراط » ان الناس ينضجون فى المناطق الاستوائية قبلهم فى المناطق المعتدلة ، وما زال هذا الرأى قائما ، لكن قيل ان هــذا الرأى لا يجد ما يؤيده على أساس علمى ، اذ أن المرأة فى المنطقة المعتــدلة تنضج فى سن مبكرة عن نضــوج المرأة فى المنــاطق الاستوائية(٢) ٠

على أن « هالفورد ٠ج٠ ماكيندر » ـ Mackinder ـ يرى أن هناك جزيرة عالمية تتكون من أوروبا وآسيا وأفريقيا ، وفى وسط هذه الجزيرة العالمية توجــد « سرة » الأرض ، تلك البقعة التى يعتقد أن كل الحركات الجماهيرية البشرية قد قامت منها ، فالذى يحكم شرق أوروبا يسيطر على « سرة » الأرض ، والذى يسيطر على « سرة » الأرض يسيطر على الجزيرة العالمية ، والذى يحكم الجزيرة العالمية يحكم العالم ٠ ولسنا بحاجة لأن نذكر أن روسيا تسيطر على « سرة » الأرض ٠ ان « ماكيندر » ، يدعو الى حسن الجوار كعلاج لشرور العالم ، ثم ينبه قائلا : « فلنحاول أن نستعيد

(١) Clarence A. Mills, «Climate Makes the Man» (New York: Harper & Brothers, 1942) P. 282.

(٢) Ibid., P. 59.

طمأنينتنا ، حتى لا نصبح عبيدا لجغرافية العـالم الذى يستغله أصحاب نظرية المادية الجدلية(١) » .

وبالاضافة الى مشكلة توزيع موارد العالم ، تواجه كل دولة مشكلاتها الخاصة بها . والأراضى الضائعة الخربة التى فى الجنوب تخلق مشكلات غير عادية ، يجب حلها بالطريقة التى يراها عالم الاجتماع الأشهر « روبرت ب. فانس » _ Rupert B. Vance _ فى بحث له بعنوان « الموارد البشرية للدولة فى الجنوب(٢) » .

ان محور تفكير هـذا العـالم الجغرافى هـو « أن الانسـان لا يستطيع أن « يقهر الطبيعة » ، لكنه يعيش من آلامها ، ولا ينجح الا اذا نظم نشاطه بحيث يفيـد من الفرص التى تعرض له(٣) . أو بعبارة أخرى « اننا نعيش فى عالم جغرافى ، ومن ثم كانت معظم مشكلاتنا جغرافية سواء أردنا أن نتصور ذلك أو لم نشأ(٤) أو بعبارة ثالثة أيضا ، ان الجغرافيا قد تعنى أن هذا العصر قد يصبح عصر الانسان ، باعتباره أكثر الفقاريات نموا فى العقل وميلا الى الاجتماع(٥) .

---

(١) Halford J. Mackinder, «Democratic Ideals and Reality» (New York: Henry Holt and Co., 1942 reissue of 1919 edition) P. 205.

(٢) Rupert B. Vance, «All These People» The Nation's Human Resoutces in the South. (Chapel Hill: University of North Carolina Press 1945).

(٣) Darrell Hang Davis. «The Earth and Man» (New York: The Macmillan Co., 1942) P. 5.

(٤) George T. Renner, «Global Geography» (New York: Thomas Y. Crowell Co., 1944) P. 622.

(٥) W. C. Allee, «The World and Man» (Chicago: University of Chicago Press, 1937) P. 345.

(٣)

نطـاق العقل

ان الطبيعة المادية للانسان وللكون ، عبارة عن قيود شديدة على قدرة الانسان على أن يفهم ، فقدرات الانسان محدودة • فمن مجموعات الطيف الاشعاعى الستين مثلا ، لا يستطيع الانسان أن يرى الا مجموعة واحدة ، وهذه صورة تمثل تمام التمثيل نطاق طبيعة المادية •

واذا نحينا جانبا ما يدور حول العلاقة بين مخ الانسان وحجم جسمه ، نجد من المهم أن ندرس امكانيات عقل الانسان كما هو اليـوم ، فمن الخـلايا العصبية التى فى قشرة رأس الانســـان (وعددها ٠٠٠ر٠٠٠ر٠٠٠ر١٤ تقريبا) لا يستعمل الانسان فى حالته الحاضرة من التطور أكثر من ربع هذا العدد ، وقد أصبح من النظريات الصحيحة ومنذ أن اكتشف أن الوراثة قد تحـدث عن طريق « الكروموسومات » (وهى الجسيمات الخيطية التى تظهر فى نواة الخلية عند الانقسام) ان وراثة بعض السمات المكتسبة ليست ممكنة ، ومن ناحية أخرى فان من اليقين الذى يصل الى مستوى الحقائق الرياضية أن النشوء أو التطور ما كان ليحدث بالاحتفاظ بعدد من التباديل والتوافيق التى تحدث بالصدفة وحدها ، بل

المحتمل بالنسبة للانسان أن عملية التفكير ، مهما كان تعريفها ، تلعب دورا ايجابيا فى توجيه مجرى حياته(١) •

ان اتجاه التطور ليس الا وجها واحدا من مشـكلات تتصل بعمليات التفكير التى لم تكتشف بعد بقدر كبير ، فمن المسلم به الآن ، تجريبيا على الأقل ، أن للانسان ادراكا حسـيا مفرطا(٢) ، وقد قام معمل التخـاطر (فرع من علم النفس) بجامعة ديوك الأمريكية بتجارب لا يمكن تفسيرها على أساس الصدفة ، ولكن الى أى مدى يمكن للعقل أن يعالج العالم الخارجى ؟ هل يستطيع العقل بنفسه وحده أن يؤثر فى العدد الذى قد يظهر من القـاء زهر النرد ؟ ان أحد العلماء يعتقد ذلك ، ويقول ان عقل الانسان وحده قادر على أن يسيطر على الأشياء المادية الخارجية(٣) •

بل ان عقـل الانسـان يشتمل على أسرار أدق(٤) ؛ فالتنويم المغنطيسى يكشف عن عالم غريب لا يوجد فيه ألم وليس للمواد

---

(١) E. F. Greenman, «The Extraorganic,» American Anthropolgist (New Series: April - June, 1948: vol. 50, No. 2) Pp. 181 - 199.

(٢) J. B. Rhine, «New Frontiers of the Mind» (New York: Farrar & Rinehart, 1937).

(٣) J. B. Rhine, «The Reach of the Mind» (New York: William Sloane Associates, Inc., 1947).

(٤) Norbert Wiener. New York Times (March 13, 1949. Also, Harry M. Davis, «Mathematical Machines». Scietific American (April, 1949; vol. 180, No. 4) Pp. 29 -38. Also, Norbert Wiener, «Cybernetics» (New York: John Wiley and Sons, 1948.

أثرها المعتاد فيه ، وتبدو الحقيقة فيه على أنها مادة الأشياء التى لا ترى ·

ذلك أن (ج·ب· راين) ـ J. B. Rhine ـ يرى أن للآلات أيضا امكاناتها . وقد ذكر أن « نوربرت وينر » ـNorbert Wienerـ قال ان الآلات الحاسبة شـديدة الشـبه بالكائن البشرى ؛ فبعض الآلات الحاسبة لها الآن قدرة التعلم من التجربة وتحصيل مهارات جديدة والعمل بالمعلومات التى تكتسبها من قيامهـا بوظيفتها · زد على ذلك أن أجهزة الرقابة عرضة لأوجاع مماثلة لما يتعرض له الجهاز العصبى عند الانسـان · وقد تتعثر أو تصبح عدوانية كالانسان ·

(٤)

تفكير « اما هذا الأمر ٠٠ واما ذاك »

هناك اثنان من الاغريق هما أفلاطون وأرسطو ، كان لهما من الذكاء والفطنة ما جعل الحضارة الحديثة عاجزة عن التخلص من نفوذهما ، وقوة هذين الرجلين ــ حتى اليوم ــ كبيرة جدا ٠ فقد نشر أفلاطون « قنــاعا من السرية » على الرياضيات ، ولم يستطع الانسان أن يسيطر على العلم ويمتلكه الا بعد أن حرج من سيطرة أفلاطون ، ذلك أن أفلاطون وضع التجريب فوق كرامة الرجل الذى يفكر ، وحتى اليوم لم ينــدثر تفكير أفلاطون عن الرياضيات ، لأن الانسان الحــديث رفض فى اصرار أن يطبق الرياضيات على المشكلات التى تصاحب توزيع السلع والخدمات ٠ وحدث نتيجة لذلك أن كثيرا من عملية التوزيع لا يزال من طراز قديم(١) ، ولم يطبق العلم الا فى مجال الانتاج ٠

ان مسئولية أفلاطون عن عمليات تفكير الانسان التى تخلق المعضلات بسيطة بالمقارنة بمسئولية تلميذه أرسطو ، فأرسطو هو الذى رسخ فى عقل الانسان عقدة « اما هذا ٠٠ واما ذاك » وهو ما يعرف علميا باسم « المنطق » ٠

---

(١) T. R. Carskadon, «The Cost of Distribution» (New York: Public Affairs Commitee, Inc., 1940). This was Public Affairs Pamphlet No. 44.

ففي رأى أرسطو أن « الألف هي الألف ، وأن أى شيء اما أن يكون ألفا أو لا ألف » ، وأن « الشيء لا يمكن أن يكون ألفا ولا ألف معا » ، على أن «الفريد كورزبسكي» ـ Alfred Korzybski ـ فى كتابه « العلم وصحة الفعل » يحاول أن يشرح بالتفصيل أخطاء نظام هذا التصنيف(١) •

ومن ناحية أخرى ، فان أثر أفلاطون وأرسطو يمكن وصفه بأنه مفيد ، فأفلاطون كان ترياقا ضروريا لنوع من التفكير لم يؤد لشيء الا العبث ، وفي تقرير الحقائق الثابتة فى رأيه ، أدى أفلاطون خدمة جليلة بتوضيح كثير من المسائل التى كانت غامضة، كما أن أرسطو ، بدوره ، توسع فيما شرحه أفلاطون ، ولولا نظرية أرسطو فى المنطق لكان التفكير السليم مستحيلا • ولعل موقف « كورزيبسكي » أقرب ما يكون من الغرابة لأن أرسطو كان أدق المفكرين في أن ينسب أثرا ما لكل عامل من العوامل التى ترتبط بالكل ، ولكن سواء أكانت هذه الأوضاع تساعد أو لا تساعد على وضع بيان عن الازدواج فى الحضارة الحديثة ، فمن الضرورى أن نذكر أن قبضة تفكير « اما هذا ، واما ذاك » كانت وما تزال قبضة شديدة ، فالأشياء اما سوداء واما بيضاء ؛ والناس اما أخيار واما أشرار ، اما أمناء واما خائنون ، اما أغنياء واما فقراء ؛ والحكومات اما ديمقراطية واما غير ديمقراطية ، اما ناجحة واما قاصرة ، اما على صواب واما على خطأ •

وارتباط الانسان بتفكير « اما هذا الشيء ، واما ذاك » يعطى تفسيرا جزئيا عن السبب فى أن الحرب جزء من نمط الثقافة فى

---

(١) Alfred Korzybski ; «Science and Sanity : An Introduchion to Non-Aristotelian Systems and General Semantics» (2nd edition, Lancaster, Pa. : Science Press, 1941).

الحضارة الحديثة ، فحين يريد فريقان من الناس (وتفكير « اما هذا واما ذاك » لا بد من أن يجعل من الناس فريقين) نفس الهدف ، فليس ثمة بديل من استخدام القوة ، والرجل المعاصر يحب القوة فعلا ، اذ أنها السيف الذى يحل المعضلات الحتمية التى تنشأ عن تفكير « اما هذا .. واما ذاك » .

وكما أن الانسان تنتابه الوساوس بالنسبة للحرب ، تنتابه الوساوس أيضـا بالنسبة « للنجاح(١) ، فالرجل اما « ناجح » واما « فاشل » ، ولكى يكون « ناجحا » يجب أن يتسلق الى القمة ؛ ومعنى ذلك أن حقوق الآخرين لا يصح أن تؤخذ فى الاعتبـار بجدية كبيرة .

وثمة أمثلة كثيرة لا حصر لها يمكن ضربها للمآسى التى تنشأ عن تفكير « اما هذا .. واما ذاك » ، وما لم يتعلم الانسان التفكير على أساس سلسلة متصلة أو طرق تسمح بتوافيق أخرى غير أساليب « اما هـذا .. واما ذلك » فلن يسـتطيع قط أن يقدر قيمـة نفسه(٢) .

(١) Franz Alexander, «Our Age of Unreason» (Philadelphia: T. B. Lippincontt Co., 1942) P. 168.

(٢) Ibed Chapter 22 - The Section on «Ambivalence.»

(٥)
الفكر .. والادراك

ظل الناس قرونا طويلة لا يفعلون أكثر من مجرد التأمل فى طبيعة الناس ، ومن الاتجاهات السائدة فى الفكر المعاصر أن يدرج الانســان فى باب متميز عن الحيوان ، وأن يعتبر أقل قليلا من الملائكة ، مع محاولة التعرف على طبيعة الانسان بدراسة مشيئة الله كما كشف عنهــا الفكر أو كما توحى به الكتب الســماوية والأشخاص ، فاما أن نوجه اهتمامنا الى جانب الروح ، وهو ذو أهمية قصوى ، واما أن نوجهه الى جانب الجسم وهو قليل الأهمية زمنيــا .

وقد بذلت أسمى الجهود الفكرية لمسائل الخلود ، وعندما وفق « توماس الاكوينى » بين أرســطو وبين الانجيل ، لم يعــد من الضرورى مواصلة التفكير والبحث فى عالم المادة ، واعتبر الادراك العام كافيا بالنسبة لموضوعات حياة الجسم .

وقد تعرض « الادراك العام » لهجوم شديد عليه فى ســنة ١٦٣٧ حين نشر « ديكارت » Decartes مقــاله عن « المنهج » Discourse on Method ــ فقد كتب فى تهكم يقول ان الادراك السليم موزع توزيعا متساويا بين الناس ، فكل انسان يعتقد أنه مزود بقدر كبير من الادراك الصحيح ، الى حد أن أشد الناس صعوبة فى كسب رضائهم حول أى شىء ، لا يرغبون فى زيادة ما لديهم من ادراك

والشيء الوحيد الخطأ في هذا المفهوم كما ذكر « ديكارت » هو أن امتــلاك عقل ممتــاز لا يكفي ، وكتب « ديكارت » يقول ان المطلب الأول هو أن يستخدم العقل استخداما صحيحا ، ولا سيما باستخدام المنهج العلمي • ومن حسن حظ العلوم الطبيعية كما هو من سوء حظ العلوم الاجتماعية أن « ديكارت » طبق نظريته في دراسات البصريات وما أشبه ، لكنه لم يتطرق بها الى ميدان العلوم الاجتماعية • والواقع أن برهانه عن وجود الله استخدم لتعزيز التعددية ؛ ومن ثم فان تفكير « اما هذا ، واما ذاك » ـ الذى ثبت فشله في عالم المادة ـ أمسك بقبضة شديدة على كل شيء يتصل بعقل الانسان •

واول تقييم واقعي عظيم لطبيعة الانسان ، وهو التقييم الذى استطاع الكثيرون أن يتابعوه وفقا للنهج العلمي من حيث تطبيقه على الانســان ، هــو التقييم الذى وضعه « سيجموند فرويد » ـ Sigmund Freud ـ فهذا عمل عبقرى ، لأنه يرى مشكلة الأفعال الانسانية رؤية موضــوعية ، دون أن يرتبط في الوقت نفســه باجراءات علوم أنابيب الاختبار •

وهناك ثلاث نتائج مما وصل اليه « فرويد » ، ترتبط ارتباطا خاصا بدراسة الرأى العام هي :

أولا : هناك جزء « لا واع » من العقل يريد أشياء كثيرة ، لا يسمح الجزء « الواعي » من العقل بأن يتيحهــا لتظر الفرد • فالكظم وتعقل الأمور (التبرير) ليسا الا اثنين من المشتقات ذات الأثر الشديد على السلوك •

ثانيا : ان العقل كثيرا ما يخلق أوهاما تكون لها على الانسان سيطرة أشبه بسيطرة الحقائق عليه •

ثالثا : ان الجنس له أهمية كبيرة فى تحديد أفعال الانسان ٠

من هذه العوامل وكثير غيرها أقام « فرويد » بناءه العريض٠ وما أن كان ينشر مقالا عن نقطة معينـــه ، حتى يكتب الكثيرون مؤيدين أو معارضين لما كتب ٠ وكانت حدة الصراع بين أنصار « فرويد » بعضهم وبعض ، وبين أنصاره ومعارضيه ، ذات نتائج مفيدة جدا ، لكنها تركت خليطا مشوشا من الآراء المتضاربة التى يصعب أن يميز بين غثها وسمينهـــا الا من يتوافر فيه قدر كبير من الطاقة ٠

ولعل غالبية علماء النفس يتخذون موقفـــا شبيها بما يلى : « ان رجال التحليل النفسى ــ فرويد ، آدمر ، يونج ، وغيرهم ــ قد أضافوا جديدا الى مشكلة الدوافع دون شك ، لكنهم ، بحماس الرسل ، مدوا نظرياتهم الى ما يتجاوز الحدود العلمية ، بل انهم فى كثير من أمثلتهم قد فسروا بياناتهم فى صورة مفاهيم مفككة غير متماسكة أحيانا ، وفى صورة غامضة فجة أحيانا آخرى ٠ وفى كل الحالات فانهم يبرزون نزعة الشذوذ ، أى أنهم يرون الشخص السوى فى صورة شخص شاذ ٠ فالتحليل النفسى يدعى ما يدعيه اللاهوت من أن لديه علاجا له قيمة ولديه معرفة نظرية سليمة من الناحية العلمية ، وكلا الجانبين يحققان دون شك نتائج طيبة فى حالات كثيرة لكن قيمتها العـــلاجية لا يمكن أن تثبت أن علومها النظرية سليمة ، فكون الانسان يتأثر بالهرمونات وبتقلصاته من الجوع ، وأن له انعكاسات هامة لها أثرها بعد مولده بقليل ، فهذه حقائق لا نزاع عليها ، لا يبرر القول بأنه يملك مجموعات معقدة من أنماط السلوك الموروثة (الغرائز) ؛ فهذا القول لا يصدقه

أحد الآن بصفة عامة(١) ، على أنه مهما يكن أمر هذه الآراء ، فان هناك الآن براهين مختلفة الأنواع تؤيد « فرويد » .

ففي أحد أجزاء تقرير كينزى ـ Kinsey Report ـ يقول « ان هذه البيانات الخاصة بالأنشطة الجنسية للشباب الذكور ، تشكل تأييدا هاما لنظرية « فرويد » عن النشاط الجنسي كعنصر موجود في الحيوان الآدمي منذ طفولته الباكرة ، وان كانت لا تؤيد رأى « فرويد » عن وجود مرحلة معينة هي مرحلة ما قبل البلوغ تكون فيها استجابة مثيرة تسبق نشاطا جنسيا محددا ، كذلك لا تكشف عن أية ضرورة لفترة كامنة أو نائمة جنسيا في سنوات المراهقة الأخيرة ، الا اذا كان هذا الكسل الجنسي ناشئا عن قمع الوالدين أو المجتمع للطفل النامي، ويبدو أن علماء التحليل النفسي كانوا على صواب في دراستهم لهذه القدرات على التطور الجنسي أثناء الطفولة أو على قمعها ، كمصادر أولى لأنماط السلوك الجنسي عند الشباب، وكذلك كمصادر لكثير من الخواص التي تتميز بها الشخصية الكلية » (٢) .

ان تأييد نظرية « فرويد » عن الأحلام موجود في كتاب « وولبيرج » Wolberg عن التحليل بالتنويم المغناطيسى(٣) ، على أنه يجب أن نذكر أن رأى « فرويد » عن الأحلام كان وما يزال

---

(١) Richard T. Lapiere and Paul R. Fransworth, «Social Pyschology» (New York: McGraw - Hill Book Co., 1942) Pp. 36 - 37.

(٢) Alfred Ci Kinsey, Wardell B. Pomerory and Clyde E. Martin, «Sexual Behavior in The Human Male» (Philadlphia: W. B. Saunders Co., 1948). Pp. 180 - 181.

(٣) Lewis R. Wolberg, «Hypnoanalysis» (New York: Grune & Stratton, 194).

محل جدل أحيانا ، على اعتبار أنه ليس أهم آرائه ، أى أنه ليس خطأ فحسب ولكنه يدعو للسخرية كذلك !!

والنقد الثانى وهو أن « فرويد » نسب الشمولية لما هو فى الواقع مجرد أمثلة من السلوك الأوروبى ، هو فى الواقع رأى به الكثير من الصحة ، فقد كتب « كارين هورنى » Hornéy أحد أنصار « فرويد » عن عقدة أوديب وما يدور حولها من جدل ، كتب يقول : « ... لقد افترض « فرويد » أن الدوافع الغريزية أو العلاقات الجنسية التى تتحدد بيولوجيا (الطبيعة البشرية) انما تنشأ من مواقف غير قابلة للتغيير »(١) .

والواقع أن عدم اكتراث « فرويد » بالعوامل الثقافية يؤدى، ليس فقط الى تعميمات خاطئة ، بل يعرقل الى حد كبير فهم القوى الحقيقية التى تحفز سلوكنا وأفعالنا . وأعتقد أن هذا الاغفال هو السبب الرئيسى الذى يجعل من التحليل النفسى فى التزامه المخلص للطرق النظرية التى سار فيها « فرويد » قد دخل فى طريق مسدود ، برغم ما يبدو من امكاناته غير المحدودة ، ومن ثم يكشف عن نمو فاسد لنظريات غامضة وعن استخدام لمصطلحات غامضة أيضا .

ان ملاحظات « فرويد » الخاصة بعقدة أوديب قد أجريت على أشخاص عصابيين ، وجد فيهم أن ردود فعل الغيرة الشديدة على أحد الوالدين كانت كافية فعلا لاثارة الخوف ، وكفيلة بأن تخلق مؤثرات ضارة بتكوين الخلق والعلاقات الشخصية . وفى ملاحظته لهذه الظاهرة فى الأشخاص العصابيين افترض أنها ظاهرة عامة ، فهو

---

(١) Karen Horney, «The Neurotic Personality of Our Time» (New York: W. W. Norton and Co., 1937) Pp. 20 - 21, 82 - 83.

لم يفترض فحسب أن عقدة أوديب هي نفس نواة العصابية ، بل حاول أيضا أن يفهم ظواهر العقد في الثقافات الأخرى على هذا الأساس . ان هذا التعميم هو موضع الشك ... فليس ثمة دليل على أن ردود فعل الغيرة المدمرة والدائمة - ونعنى بها ردود الفعل التي نتذكرها عند الكلام عن عقدة أوديب أو عند تنافس الاخوة - ليست موجودة في الثقافة المعاصرة بصرف النظر عن الثقافات الأخرى ، بالدرجة الشائعة التي افترضها « فرويد » .

اننا نتوقع أن يوضع هذا النوع من ردود الفعل موضع البحث الأساسي ، وقد يكون من الانصاف أن نقول ان ما قام به «داروين» Darwin في خدمة علم البيولوجيا قام به « فرويد » في خدمة علم النفس(١) . على أن أحدا في أيامنا هذه لا يطلب منه أن يلتزم بنظرية « داروين » كما نشأت ، كما أنه ليس من حق أحد أن يطالب بأن تظل نظرية «فرويد » دون تعديل بمرور الزمن . والتغيير لا يعني - بالضرورة - الاساءة أو التشكيك في أي من « داروين » أو « فرويد » .

ونذكر هنا مثالا لنبين كيف سارت اعادة تفسير نظريات فرويد الأصلية في أيامنا ، هذا المثال هو أن « ايريك فروم »Erich Fromm الباحث الشهير في النظرية « الفرويدية » ، يرى أن الأخلاق تحدد السلوك الجنسي ، وهو رأى يناقض نظرة « فرويد » القائلة بأن السلوك الجنسي هو الذي يحدد الأخلاق(٢) .

---

(١) A. A. Brill, «Freud's Contribution to Psychiatry» (New York: W. W. Norton and Co., 1944), P. 227.

(٢) Erich Fromm, «Sex and Character» in Donald Porter Geddes and Enid Curie (editors), «About the Kinsey Report» (New York: The New American Library of World Literature, Inc., 1948) Pp. 47 - 58.

ان هــذه الأوضاع والكثير غيرها موضوعات يبحثها علماء النفس سواء أكانوا من أنصار « فرويد » أو من خصومه ، فما هو أثر « الفرويدية » على دراسة الرأى العام ؟ وماذا يقول هذا الباحث « الفرويدى » عن قيمة الرأى ؟ ٠

يقول « فروم » : « لقد كثر اعتماد الباحثين على جمع بيانات عما يعتمده الناس (أو يتصورون أنه لا بد من أن يعتقدوه) بدلا من دراسة العوامل العاطفية من وراء تفكيرهم٠ ومع ان استطلاعات الرأى لها قيمتها في بعض الأغراض ، فاننا بحاجة لأن نعرف أكثر ، لأن الاستطلاعات ليست الأداة لفهم العوامل التى تعمل تحت سطح الرأى ٠ وبغير أن نعرف هذه العوامل ، لا نستطيع التكهن بالطريقة التى يتصرف بها أفراد مجتمع فى المواقف الحرجة ، وفى الآراء التى يعترفــون بأنهم يؤمنون بهــا ، وفى المذاهب والأيديولوجيات الجديدة التى يرفضونها الآن ٠ فمن ناحية القوى المحركة للمجتمع ، يكون لكل رأى قيمته بمقدار النسيج العاطفى الذى تمتد جذور هذا الرأى فيه »(١) ٠

ان من رأى « فروم » أنه لم يبذل الا القليل من الجهد في كشف هذه الموضوعات ، بسبب مسلك معظم علماء النفس الاجتماعى ، فهو يقول : « ان معظم المهتمين بالظواهر الاجتماعية يعتقدون أنه مالم تجر دراسة الأشياء والناس بطرق تسمح بتحليل دقيق وكمى ، فلن يمكن دراستهم على الاطلاق ، ان علماء النفس الاجتماعيين ، بدلا من وضع طرق جديدة صالحة لدراسة المشكلات الهامة عند الناس ، يقيمون صنما معبودا لطرق العلوم الطبيعية ؛ فاختيار

---

(١) Ibid, P. 57.

المشكلات انما تحدده الطريقة ، بدلا من أن تكون المشكلة هى التى تحدد الطريقة(١) .

ان الحركات الفكرية كلها لهـا بذورها فى كل ثقـافة ، فالاختراع ، سواء فى العلوم الاجتماعية أو الطبيعية ، عمليـة اجتماعية فى معظمها ، و « فرويد » لم يتلق أراءه « من السماء » وانما من كثيرين غيره ممن كانوا يعملون فى التنويم المغنطيسى وفى الطب وفى غير ذلك من الميادين المتصلة به .

وبعد الثورة « الفرويدية » ، ظلت العلوم الاجتماعية ساكنة نائمة لبضع سنوات ، وان بذلت كل الميادين الأخرى الكثير للبحث عن « آفاق » جديدة مثيرة . وثمة فرع من فروع العلوم الاجتماعية ـ هو الانثروبولوجيا ـ كان صغيرا الى درجة أنه لم يسترع أى نظرة الى الصورة الكلية »(٢) .

وكان تطور مفهوم الثقافة أقل بريقا مما صحب اسم «فرويد»، حتى انه من الصعب أن نلتقط اسـم شخص واحد يعتبر ممثلا لنتائج هذا التطور ، على أن كتابا واحدا ركز أكثر من كل ما عداه ، الاهتمام على مشكلة الثقافة ، هو كتاب « روث بنيدكت » Ruth Benedict المعنون « أنماط الثقافة » Patterns of Culture الذى نشر لأول مرة فى سنة ١٩٣٤ .

وقد ولدت « روث بينيدكت » سنة ١٨٨٧ وتوفيت فى سنة ١٩٤٨ ، وبعد تخرجها فى جامعة « فاسار » سنة ١٩٠٩ اشتغلت

---

(١) Ibid, P. 58.

(٢) John Herman Randall, Jr. «The Making of the modern Mind» (revised edition, Boston: Houghton Mifflin Co. 1940) P. 552.

بتدريس اللغة الانجليزية عدة سنوات ، وفى أثناء الحرب العالمية الأولى تزوجت من « ستانلى ر· بينيديكت » أستاذ الكيمياء بكلية طب « كورنيل » ؛ وفى سنة ١٩١٩ أصبحت شغوفة بالأنثروبولوجيا ودرستها على يد الأستاذ « فرانز بوا » Franz Boas بجامعة كولومبيا ، وبعد حصولها على الدكتوراه أصبحت مساعدة لأستاذها نفسه ، وهو من الشخصيات الهامة بقسم الانثروبولوجيا بجامعة كولومبيا · وكتابها « أنماط الثقافة » يضم مقدمة بقلم « بوا » ونظرا لأن « بوا » نفسه لم يضمن قط آراءه فى كتاب نشر(١) ، فان هذه المقدمة كان لها وزنها الكبير الذى جذب اهتمام علماء الانثروبولوجيا بكتاب « أنماط الثقافة » ·

وفى كتاب « أنماط الثقافة » أوضحت « بينيدكت » أن نوع الثقافة الذى يولد فيه الفرد انما يحدد طبيعته الى حد كبير ، فالطفل الذى يولد لأبوين أمريكيين ، وانما يرعاه منذ طفولته آباء بالتبنى فى دولة أخرى لا يتصرف تصرف الأمريكى ، وانما يسلك السلوك المقبول فى تلك الدولة ·

وأهمية الثقافة بالمقارنة بالغرائز ، يمكن تبينها من مقارنة الناس بالنمل ، وتعرض « بينيدكت » المسألة على الوجه التالى(٢) : « هناك مجتمعات تخلد فيها الطبيعة أبسط أساليب السلوك عن طريق أجهزة بيولوجية ، لكنها ليست مجتمعات من البشر بل مجتمعات من الحشرات ، فملكة النمل اذا عزلت فى عش منفرد تبرز كل سمة من سمات السلوك الجنسى · وليس ثمة فرصة يفقد

---

(١) Except Possibly Franz Boas, «Anthropology and Modern Life» (New York: W. W. Norton and Co., 1928)

(٢) Ruth Benedict, «Patterns of Culture» (Boston: Houghton Mifflin Co., 1934), P. 12.

فيها مجتمع النمل نملة بسبب عزلتها عن جماعتها ، أكبر من فرصة أن تعجز نملة عن تربية قرون استشعارها أو تركيب بطنها » ٠

أما الانسان فان حل مشكلته يتركز فى الطرف الآخر ، سواء كان ذلك لصالحه أو ضد صالحه ٠ فليس ثمة جانب واحد من جوانب تنظيمه الاجتماعى القبلى ، ولا من لغته ، ولا من معتقداته المحلية محمولا فى خليته الجرثومية ٠

وكون الخواص الثقافية لا تنتقل بيولوجيا ، يجعل من الانسان « آدميا » ، على عكس الحال فى النمل الذى تفادى الصفات الآدمية عن طريق السلوك المنقول بيولوجيا(١) ٠

وثمة سبب آخر لفشل الثقافة فى أن تتطور فى وقت مبكر هو « أن النسبة الكبيرة من الأفراد الذين يولدون فى أى مجتمع ، يتبعون السلوك الذى يمليه هذا المجتمع دائما ، مهما تكن خواص هذا النمط من السلوك ٠ وهذه الحقيقة يفسرها معتنقو هذه الثقافة باعتبارها ترجع الى حقيقة أن سلوكهم هذا يعكس أقصى وأشمل ما يمكن من سلامة العقل »(٢) ٠ ان الصراعات توجد داخل أية ثقافة ، لكن المعتقد أيضا ان هذه الصراعات هى نتيجة لنمط سلوكى يعتنقه الجميع ٠

---

(١) Joseph Krutch, «The Modern Temper» (New York: Harcourt, Brace and Co., 1929) Pp. 47 - 50.

(٢) Ibid, P. 254.

(٦)

الرموز ، أو الصور الجماعية

لكى يستطيع العقل ان يرتب الخبرة الانسانية بتنوعها وتعقدها فى صورة مدركة مفهومة ، قادرة على التصنيف والتذكر ، يتعين عليه أن يصنع (يتخذ) رموزا ، وهذه الرموز انما هى تبسيط لحقيقة معقدة أو مجردة أحيانا ، ويقول « هوايتهيد » Whitehead فى تعريفه للرمزية : « ان العقل الانسانى يقوم بوظيفته رمزيا حين تعمل بعض مكونات تجربته على اثارة الوعى والعقيدة والعواطف وطرق استعمال الألفاظ ، واحترام المكونات الأخرى لتجربته(١) فاللغة والأرقام والصور والقوالب الأخرى تهيىء كلها نظما لتصنيف الرموز التى يرجع اليها ، والتفكير فى الرموز أساس لا بد منه للتفكير المشترك ، فحين نبسط مجموعات الظواهر هكذا فى صورة رموز ، نكون قد أزلنا التباين فى عالم التجربة ، ومن ثم يمكن الاتصال بسرعة كما هو الحال بين الأفراد ٠

« ان الرموز السياسية هى صور للقيم الجماعية أى الاجتماعية التى تثير العواطف المشتركة ، ان الفكرة المجردة لمعنى الحرية لا يمكن رؤيتها ولا سماعها ولا تذوقها ولا شمها ولا لمسها ، انما يمكن فقط تبسيطها أو تجسيدها »(٢) ٠

---

(١) A. N. Whitehead, Symbolism,» The MaCmillan Co. New York, 1927, P. 7.

(٢) K Lowenstein «The Influence of Symbols on Politics» in R. V. Peel, and J. Roucek Introduction to Politics, «Thomas Y. Crowell Co., New York, 1941, P. 66.

ان هذه الرموز تثير العواطف المشتركة • على أن الاتصال بين الأفراد وكذلك بين الجماعات يتطلب الاستعمال المشترك للرموز التى يكون هناك اتفاق مشترك على معناها • يقول « سيجموند فرويد » Sigmund Freud ان الدب القطبى والنمر لا يستطيعان أن يتحاربا » ، وكذلك فان الشيوعى ورجل الأعمال الرأسمالى يجدان صعوبة كبيرة فى الاتصال ، لأن ألفاظا ومعانى كثيرة تستعمل استعمالا متباينا فى ايدويولوجياتهما المختلفة •

وهناك رموز ثقافية هامة ، هى الرموز المشتركة بين جماعات وقطاعات داخل الثقافة والرموز الفردية للشخص • ورموز الثقافة الهامة هذه ، تعطى معانى أو سمات لكثير من المعتقدات والعواطف الأساسية • وفكر الشخص واتصاله قد يرتبطان بالثقافة فى زمنه وبالآراء التى تزودهما بها الثقافة ، حتى ان الرموز الهامة تبدو للشخص وكأنها أنواع لعقل الانسان لا بد منها ، ومن ثم فان الشخص لا يراها فى صورة بدائل ، بل فى صورة قضايا كلية وهو لا يستطيع غالبا أن ينتقدها ، ولا يستطيع أن يخرج على الأنماط التى تحددها الثقافة • ومجموعات هذه الرموز هى ما أسماه « دوركايم » Durkhiem بالصور الجماعية ؛ « وجورج سوريل » George Sorel بالأسطورة المسيطرة ؛ « وكارل ماركس » Karl Marx بالآراء السائدة ؛ « وكارل مانهايم » Karl Mannheim بالأيديولوجيات الأساسية ••• وهذه الآراء الشائعة العامة تمثلها العبارات والأشياء والأشخاص وغير ذلك من الرموز •

وهذه الرموز هى محل احترام ، ويدافع عنها عاطفيا ، فالأعلام (الرايات) ، والمواقع التاريخية ، وأماكن العبادة ، والأقوال المأثورة ، والأغانى ، والأشخاص وغير ذلك من الرموز يجب بصفة عامة احترامها حتى لا تهبط كرامتها • وقد ينتقص

قصدا من قدر الرموز الثقافية الهامة كرموز الدين أو الأمة كالحط من قيمة الزنوج أو تدنيس العلم أو غيره من الشعارات القومية • على أنه كثيرا ما ترخص قيمة الرموز الهامة من جراء المبالغة فى استعمالها أو استغلالها استغلالا تجاريا ؛ فالصليب رمز محترم من الناحية الدينية ، ومع ذلك فقد اقتضت « الموضة » السائدة أن تلبس الفتيات « صلبانا منمقة » على حين أن الصلبان كرموز دينية لهـا معنى وظيفى مختلف عن الصلبان كرسـوم منمقـة لتزيين الفتيات !!

وللجماعات والاتحادات والنوادى وجماعات أصحاب المصالح المشتركة وجمعيات الأخوة وفرق الألعاب رموزها ذات المعانى ، وفى هذه الجماعات يحدث تغيـير الرموز غالبا بسرعة أكبر مما يحدث فى رموز الثقافة العـامة ، كذلك فان الروابط الأولية للأسرة وروابط الصداقة بين شخص وشخص ، وعلاقات المودة وغيرها من روابط الاخلاص تصنع رموزا ينفرد بها أصحابها ، فقد يكون رمز الارتباط المشترك لفظا أو جملة موسيقية أو حادثا أو مكانا •

والرموز ليست كلها مشتركة بين الجماعات ، فكل الأفراد يتخذون بعض الرموز التى ينفردون بها ، وعلماء التحليل النفسى يكررون دائما أهمية فهم ميل العقل الى الرمز • على أن مشكلات الرمزية الفردية لا تعنينا فى هذه الدراسة ، لهذا سنركز على الرموز المشتركة بين الجماعات والثقافات •

ان القولية (أى التكرار على نحو لا يتغـير) والتشخيصات وغيرها من تجسيد المجردات والجماعات مما سنناقشه ، هى رموز تستعمل على نطاق واسع فى عملية الرأى العام الجماهيرى ، فالكلمات

الرمزية ، والعبارات ، والشعارات ، والأغاني ، والصور البلاغية والمادية ، والتماثيل ، والأعلام ، تصبح رموزا مشتركة للجماهير الكبيرة ، فالجماعات كلها تتخذ عددا من هذه الرموز تحافظ عليها وتلزمها • ففي الجماعات الكبيرة تكون الصور البلاغية أقوى فعالية من الكلمات « اذ لا شك أن من الممكن تماما أن نستبدل الصور البلاغية كأوعية للفكر بكلمات أو غيرها من الاشارات ، ومع ذلك فان المعنى الكبير اذا نقلته رموز بدلا من صور بلاغية فان هذه الصور تتداعى في العملية . فالصور البلاغية الهامة لا تغيب كلها تماما عن معظم العقول »(١) • فعضو الجمهور أو الجماعة الكبيرة لا يفهم عادة الا القليل من الوضع النظرى والمفاهيمى لهذه الجماعة في التنظيم الاجتماعى والعملية الاجتماعية ، لكنه على استعداد للتكيف حتى يستجيب لرموزها الهامة ، فالتشىء (جعل الشىء حسيا) الرمزى للمجردات أمر مألوف وواضح ، وفى أكثر المواقع تعقدا وتجردا ، توجد أبسط الرموز وأكثرها تجسدا للاستهلاك الجماهيرى ، وهذه الرموز تعتبر نظاما يرجع اليه ، وتلخص المسهب والمعقد ، وبالنظر الى أن هذه الرموز تنظم فى بساطة ودقة تفكير أولئك الذين يستعملونها ، لا بد من الدفاع عنها عاطفيا ، وهذا هو ما يحدث فى الواقع ؛ فقد كتب « كليمنصو » Clemenceau يقول « ليس ثمة ما ينقل العدوى كالرمز ، وفضلا عن ذلك فان أحد لا يتخذ رمزا دون أن يربط به شيئا من فعالية الطلسم(٢) • والرموز ترتبط بمواقف ملائمة وغير ملائمة ، كما أن التلاعب بالرموز يثير استجابات عاطفية قوية عند الجماهير الكبيرة •

---

(١) R. M. Eaton, «Symbolism and Truth», Harvard University Press, Cambridge, Mass. 1952, P. 11.

(٢) G. Clemenceau, «In the Evening of My Thought», Houghton Mifflin B., Boston, 1929, P. 321.

وفى الثقافات المعقدة ، يوجد فرق كبير فى كمية الرموز التى يستعملها الجمهور فى الفترات المختلفة ، « فأبسط مسح لمختلف عصور الحضارة يكشف عن فوارق كبيرة فى موقفها من الرمزية ، ففى العصور الوسطى فى أوروبا مثلا ، يبدو أن الرمزية كانت تسود أخيلة الناس ، ففن العمارة كان رمزيا، والاحتفالات الرسمية كانت رمزية • ومع حركة الاصلاح ظهرت حالة من رد الفعل ، حاول فيها الناس أن يستغنوا عن الرموز كأشياء محببة اخترعت عبثا ، وركزوا على الفهم المستقيم للحقائق العليا(١) • وفى القرن الماضى ، كان هناك دون شك ، خفض فى عدد الرموز الشعبية فى الدين وفى الحكم وبسطت رموز الاحترام من أجل الرتبة والحفلات الرسمية وما أشبه •

وقد نلاحظ علاقات أخرى بين الرمزية وبين الجوانب الأخرى من العملية الاجتماعية :

أولا: فالرمزية تزدهر فى الفترات التى يتناسق فيها المجتمع تناسقا كبيرا وداخل ايديولوجية متفق عليها •

ثانيا : اذا كانت الثقافة معقدة وانتقالية ، فانها تتميز بتعريفات مختلفة للموقف الواحد عند مختلف الجماعات ، فالرمزية تنتشر فى هذه الجماعات ، لكن جملة الرموز لا تنتشر فى الجماهير •

ثالثا : ان اتخاذ الرمزية ، كغيرها من جوانب الثقافة ، يصل الى نقطة تتكاثر عندها وتنتشر فى مختلف النظم الانسانية •

وهناك قدر كبير من التنظيم والتلاعب الواعيين بالرموز فى ثقافة الغرب اليوم ، ولم يعد الا احترام قليل للرموز الدائمة ، كالتى كانت توجد فى العصور الوسطى ، لكن هناك لغطا كثيرا حول

---

(١) Whitehead, op. cit, P. 1.

تكييف أعضاء الجماهير الكبيرة للاستجابة لرموز مختلف الجماعات ، لقد أذاع زعماء النازية مثلا قدرا كبيرا من الرموز ، نذكر منها فورا « الصليب المعقوف » ، وطريقة التحية ، والأعلام ، والعلامات ، والنشيد القومي ، والزى الرسمي ، وما شاكل ذلك . وثمة أنواع أخرى من الرمزية الحديثة التى انتشرت عن وعى ، نجدها فى الاعلان ، شعاراته ، ماركاته المسجلة ، الرموز المصورة بمختلف أنواعها ، الخرافات المقصودة عن أشخاص أحياء ، وفى التلاعب الواعى المنظم للرموز من جانب رؤساء الأندية والمخيمات والنوادى وعشرات غيرها من الجماعات . والقيادة أيضا تشجع التلاعب بمختلف الرموز المصورة فى الصور المتحركة وفى اعلانات الحائط وفى السينما . ومع اتساع المعرفة بسيكولوجية الجماهير ، ومع وسائل الاتصال الجديدة ، ومع تزايد حجم الجماهير ، أصبحت القيادة أكثر وعيا بعمليات التلاعب بالرموز ، وأكثر تنظيما لخلق وتوزيع هذه الشعارات . ومع أن القيادة الحديثة أكثر انتاجا فى خلق الرموز وأكثر نشاطا فى نشرها ، فان معظم الناس فى الجماهير الكثيرة لا تبدى ولاء لهذه الرموز العارضة بالقدر الذى كان يبديه جندى الحروب الصليبية بصليبه مثلا .

ان نفس الزيادة والوفرة فى الرموز الحديثة تشتت الالتفات اليها ، فجمهور الناس لا يستعمل من الرموز الا ما هو بحاجة اليه ، ورجل الاعلام أو الدعاية الحديثة قد يفتنه عمله فتنة بالغة ، فيبالغ فى خلق الرموز .

(٧)

القوالب الفكرية

يميل العقل البشرى ميلا شديدا الى أن يعطى تفسيرات مادية للمجردات ، وأن يضفى عليها قدرا من الحقيقة والواقعية أكبر مما تسمح به تصوراته ومدركاته ، ومع أن ذلك ظاهر فى الكثير من أنواع التفكير ، فانه يميز بصفة خاصة الفكر الجماهيرى ، أى أنه يميز مادة التفكير الخاص بالأفراد كأعضاء فى جماهير كبيرة ، وهذا الميل هو ما يسمى أحيانا « بالتمدية(١) » ، والعادة أن تصبح أمثلة « التمدية » المألوفة عند أعضاء الجماهير الكبيرة « حقيقة » من الناحية السيكولوجية الى حد أن تصبح تحيزا جامدا أو أنماطا من نفاذ البصيرة . وقد أشار وودوارد J. W. Woodward الى أربعة أنماط من التمدية هى :

أولا : النمط الذى يؤخذ فيه المفهوم على أنه مدرك حسى • ومن أمثلة ذلك ، تلك الواقعية والقوة التى تضفيها الشعوب البدائية والأطفال الصغار على الأسماء ؛ والواقعية المتصورة فى العلوم ؛ والمثالية الفلسفية ؛ والعجز عن تذكر الصفة الخيالية للقصص المنهجية فى العلوم والفلسفة •

ثانيا : النمط الذى تؤخذ فيه جبلة النسب كما لو كان لها وجود حقيقى • يوضح ذلك تصور قوى الطبيعة مجسدة عند

(١) التمدية ، لغة ، معناها اعتبار الشىء المجرد شيئا ماديا • (المؤلف)

البدائيين ، وتصورات الأطفال لعلاقات القرابة على أنها حقائق مطلقة ، وقبول الشباب للتفسيرات الخلقية عن الخير والشر على أنها حقائق مطلقة ، بدلا من اعتبارها متناسـبة مع الحاجات الثقافية والمواقف ٠

ثالثا : النمط الذى يعطى فيه وجـود حقيقى لما هـو غير موجود ، مثل حالات الهلوسة والهذيان والأفكار المتصـورة التى يخلع عليها صفة عاطفية ؛ وتوهمات الخبل التى يفقد الفرد نفاذ البصيرة بالنسـبة لها ؛ وتشخيص الآلهة والعفاريت ، فتشخيص المجردات وما شاكلها أمثلة لهذا الميل ٠

رابعا : النمط الذى يؤخذ فيه الذاتى على أنه موضـوعى أو غير ذاتى ٠ فما هو حقيقى ذاتيا ، يؤخذ كمـا لو كان حقيقيا موضوعيا أو مجردا ، من أمثلة ذلك السحر البدائى ، والخرافات الشائعة عن أشخاص أحياء ، التى تجعل جماهير كبيرة تستجيب بهذه الطرق ٠ ومع أن الفرد يضع تمدياته الخاصة به ، فاننـا معنيون هنا بالتمديات التى يكتسبها الفرد فى المجموعات الأساسية من ثقافتـه ٠ وعلى ذلك فان رموزا كالعلم والصليب والهـلال والمئذنة ومئـات غيرها من المجردات هى تمديات تؤثر فى خلق أو تكوين الرأى العام ٠

وهناك ميل أساسى آخر فى تفكير أعضاء الجماهير الكبيرة هو محاولة تحويل الأفكار المعقدة الى أفكار بسيطة ، ولعل ذلك واضح ومعروف بدرجة لا تحتاج الى توضيح ، ففى المسائل العامة تشكل « الصور التى فى رؤوسنا » توضيحات للحقيقـة ؛ والواقع أنه لا يمكن أن تكون شيئا آخر غير ذلك ٠ ذلك أن محاولة أن ننظر الى الأشياء نظرة جديدة وبالتفصيل بدلا من أن ننظر اليها على أنها أنماط وعموميات ، عملية مرهقة ، وهى مسألة غير ذات موضوع

عمليا ، بين مشاغل الحياة(١) ، وفضلا عن ذلك فانه كلما اتسعت مجالات انتباه الانسان الحديث اكتسب المزيد والمزيد من هذه التبسيطات ؛ وهذا هو الأساس السيكولوجى للعمل الجماهيرى ، ففى المجتمع الذى تكون فيه حقائق التفاعل غير معقدة نسبيا ، تكون هذه التبسيطات دقيقة ٠ فحينما كانت حقائق المجتمع الانسانى بسيطة ، كان من الممكن تبسيطها بقدر أكبر دون نتائج خطيرة ، فالأمثال الشعبية والأخيلة البسيطة والأقوال المأثورة ، كانت معالم كافية يسترشد بها فى السلوك ، ولكن فى المجتمع الذى يتزايد تعقده فى العلاقات الاجتماعية الرئيسية ، تتسع الثغرة بين التصورات الجماهيرية البسيطة وبين الحقيقة الموضوعية أو غير الذاتية ، ومع ذلك فان الطلب على البساطة يشتد نتيجة لتزايد الجماهير فى الحجم وتكاثر الموضوعات التى تصحب ذلك ، فالجماهير الكبيرة تلتمس التعريف البسيط ، والفكرة الموجزة والأحداث المثيرة البسيطة فى العلاقات الانسانية ، والعبارة والفكرة المشخصة وما شاكل ذلك ٠

ويقوم « القالب » الفكرى الجماهيرى على أساس هذين الميلين السيكولوجيين الأساسيين ـ أى التمدية والبساطة ـ فهذه القوالب الفكرية عبارة عن فكرات (أفكار متصورة) تكتسب من الثقافة ، أو هى تلك التمديات والتبسيطات الجارية فى الجماعات الكبيرة ٠ وهذا المفهوم للتفكير التصنيفى وان أطلقت عليه أسماء مختلفة كان مستعملا من أول العهد بالتجريد الفلسفى ، ويقول « ر ٠ هـ ٠ ثوليس » ـ R. H. Thouless ـ فى ذلك « ان خير العقول نضجا يصل عند نقطة معينة الى حد التعقيد الذى يستطيع أن يستوعبه ، على

---

(١) W. Lippman, «Public Opinion,» The Macmillan Co. New York, 1922, P. 88.

أن غالبية الناس يصلون الى هذا الحد بدرجة أسرع • وقبل الوصول الى هذا الحد يظهر بعض الكسل العقلى الذى يجعلنا نميل الى تقبل قدر من الغذاء العقلى أقل من حدود هضمنا(١) » وبين التعقيد المتزايد وتنوع الرموز التى تستعملها الجماهير الكبيرة الحديثة ، توجد الرموز الصحيحة ، هذه الرموز الصحيحة هى القوالب الفكرية (الآراء المبسطة) ، ويقول « رتشارد لابيير » _ Richard La Piere _ عن تبسيط الآراء الخاصة بالشخصية مثلا : « اننا فى محاولتنا تفادى الوقت والخطأ اللذين يقتضيهما اجراء حالات توافق مع الأغراب على أساس من التجربة والخطأ تكتفى برأى مبسط عنهم ، ويتمثل هذا فى أن نضع الشخص تحت باب نوع شخصية بسيطة ونعامله فى صورة الصفات المميزة لنوع معروف من الناس ، بدلا من أن نحاول معاملته فى صورة شخصيته الحقيقية وان كانت غير معروفة(٢) » •

فاذا كانت تمديات الفرد وتبسيطاته تتباين غالبا تباينا كبيرا مع الحقيقة الموضوعية ، فان الآراء المبسطة التى يجرى تداولها فى الجماهير الكبيرة قد تكون خاطئة جدا ، فاذا كان من المتعذر تحديد المدركات الحسية بحقيقة موضوعية (كما ثبت ذلك من دراسات سيكولوجية تجريبية شاملة) فان الآراء البسيطة التى يحصل عليها من التعريفات الثقافية تكون تشويهات أو تحريفات كبيرة فى الحقيقة الموضوعية ، ومن الواضح أن التشويه أو التحريف المفتعل والتلاعب المقصود فى هذه الحقائق منتشر جدا فى هذه الأيام ،

---

(١) R. H. Thouless, «Straight and Crooked Thinking,» Siman & Schuster, Inc., New York, 1932, Chaprer 7.»

(٢) Richard T. La Piere & P. Farmsworth, «Social Psychology,» Mcgraw Hill Book Co., Inc. New York, 1949, P. 204.

فالدعاية ، والاعلان وكل أنواع المناشـدة يجاهر بهـا أحيانا ، وتخفى غالبا ٠

والآراء البسيطة هى نعوت مألوفة ، وهذه النعوت تتكون من كلمات وعبارات وأشكال لغوية ، ومن صور ورموز مصورة ، وهى تستمد من اللغة نفسهـا ، ومن كل وسائل الاتصـال ٠ ويقول « ليبمان » — Lippman — فى ذلك « اننا فى الغالب لا نرى أولا ثم نصف بعد ذلك ، وانما نصف أولا ثم نرى بعد ذلك ٠٠ يحكى لنا عن العالم قبل أن نراه ، ونتصور معظم الأشياء قبل أن نمارسها، وهذه التصورات المسبقة هى التى تحكم ، بعمق ، عملية الادراك ، هذا الا اذا كان التعليم قد زودنا بوعى حاد(١) » ٠ لكن البيانات الصادقة عن المسائل المعقدة ، أو عن جماعات الشعوب أو العناصر أو القوميات ، أو عن المنظمات والطبقات الاجتماعية ، لا يمكن ايجازها فى كلمات قليلة أو صورة بسيطة ؛ فنظرية النسبية التى يعبر عنها شعبيا بأن كل شىء نسبى ، وأيديولوجية النشوء المعقدة التى يطلق عليها « نظرية الفرد » ، والآراء المبسطة سواء بالألفاظ أو الصور عن الرأسماليين أو النازيين أو الشـيوعيين أو العمل أو القوميات أو رجال الدين أو العصابات الاجرامية ، كلها تشوه الحقيقة الموضوعية كما تتصور سلفا فى العقل ، كمـا أن الآراء المبسطة أيضا تحرض السلوك نحو أنصار هذه النظريات ونحـو الجماعات والطبقات فضلا عن أن الآراء المبسطة قد تكون تزييفا للحقيقة أو شديدة الشبه لها ، لكنها حقائق سيكولوجية ٠

والرأى المبسط قد لا يكون نعتا مفردا ، بل قد يكون مجموعة من الصور الوصفية ، ففى دراسة قامت بها « منظمة اليونسكو »

---

(١) Walter Lippman, *op. cit*, pp. 81 - 90.

لبحث طريقة أعضاء أية أمة فى تصورهم لأفراد أمة أخرى ، وجه السؤال التالى الى عينة من ثمانى قوميات « من قائمة الكلمات المبينة على هذه البطاقة ، أيها فى رأيك يصف الشعب الأمريكى وصفا دقيقا ؟ تخير من الكلمات كل ما تريد واحذف الحروف أو الكلمات التى تتمشى معها ، واذا لم يكن لديك شعور معين نحو كلمة أو أخرى فاذكر ذلك » وكانت الكلمات التى أدرجت هى : مجتهد، ذكى ، عملى ، مغرور ، كريم ، عنيف ، متخلف ، شجاع ، يضبط نفسه ، مسيطر ، تقدمى ، محب للسلام ، يستحيل وصفه . وتكررت العملية باحلال شعب روسيا محل شعب الولايات المتحدة ، ثم احلال شعب وآخر حتى ست قوميات وكانت نتيجة ذلك باعثة على العجب والدهشة لأن النعوت التى خلعت على كل شعب من ذلك الشعوب كانت نعوتا من صنع القالب الفكرى الجماهيرى السائد ٠

وتبسيط الآراء أمر لا بد منه سيكولوجيا بطبيعة الحال فى التفكير وفى التذكر ، فالآراء المبسطة تزودنا برموز الحديث ، وهى مسلمات المناقشة الشعبية ٠ والمجادل الشعبى يشكو فى الواقع مر الشكوى من أولئك الذين لا يقبلون القوالب الفكرية السائدة ، لأن هذه القوالب هى مسلمات متفق عليها فى المناقشة الشعبية(١) ، فهى تتيح مواقف عملية ثابتة تحث وتحرض النشاط نحو الآراء والأشياء والنـاس ٠ وفى أوقات الاثارة العاطفية للشعب بصفة خاصة ، يكون الشخص الذى يحاول أن يخفى الآراء المبسطة هو المتهم ، فالعدو يجب التعريف به تعريفا بسيطا ، والآراء المبسطة عن الهدف أو الحزب أو الطبقة أو الجماعة يجب الدفاع عنها

---

(١) Thouless, op. cit, P. 131

عاطفيا ؛ ومن الصعب استيعاب حتى أساسيات أى موقف معقد ، فأعضاء الجماهير الكبيرة لا يتوافر فيهم الاستعداد السيكولوجى الذى يستطيعون به هذا الاستيعاب ، وفضلا عن ذلك فان هناك نقصا شائعا فى القوة والنشاط العقليين المطلوبين لمعالجة حقيقة متعددة الجوانب أو الأنواع ، هذا الى جانب أن هذه التبسيطات يمكن تذكرها ونقلها بسهولة ، فالفرد يحصل على ألوف الآراء المبسطة من مصادر كثيرة فى ثقافته • وبعض هذه الآراء المبسطة يحث أو يحرض دائما ، وبعضها الآخر تعريفات قد لا يحتاج اليها كثيرا ، فاذا استبعدنا واحدا من الآراء المبسطة حصلنا على غيره •

(٨)

التشخيص (او الشخصنة)

قد يكون هنـاك أسـاس فطرى لحب الاختـلاط بالآخرين ، أى الارتباط والانشغال السيكولوجي بالأشخاص ، وسواء أكان ذلك صحيحا أو خطأ ، فان الفرد يلاقي الناس من أيام حياته الأولى، فلا غرابة في أن العقل الانسانى يجب أن يسير دائما فى التفكير فى صورة شخصية اذا لم يتدرب على التفكير فى صورة مجردة ، ونحن نشهد هذا التشخيص فى الفكر فى وقت مبكر من حياتنا ، فخبرة « المحادثة التخيلية » فى العملية السيكولوجية فى الطفولة الباكرة تدل على الحاجة الى التفكير فى أسلوب حواري(١) · وهذا الميل الباكر فى التفكير يتعدل فيما بعد بالحصول على طرق تفكير أخرى، لكن تبقى رواسب كبيرة من التشخيص فى كل عقل انسانى، « والناس بطبيعة الحال يختلفون كثيرا من حيث وضوح اختلاطهم التخيلى بالآخرين ، وكلما كانت عادة عقلهم أبسط وأكثر واقعية واثارة ، زاد مضى تفـكيرهم فى صـورة حوار فعـلى مع محادث مرئى ومسموع(٢) » · والرجل العادى فى الجماهير الكبيرة سواء أكان ينقصه البيانات الكافية التي يكون منها الآراء ، أو كان غير

---

(١) C. H. Cooley, «Human Nature and The Social Order» ، Charles SCribner's Sons, New York, 1902. Chapter 3.

(٢) Ibid., P. 95.

قادر فكريا على أن يفعل ذلك ، فانه مع ذلك يكون آراء حول هذه المسائل ، وهذه الآراء تقوم غالبا على أساس تشخيصاته للمسائل ، أى فرضه للرموز الشخصية • وفيما يتعلق بأكثر المسائل تعقيدا للفكر الانسانى ، هذه المسائل التى تحير الفكر التجريدى فى كل زمان ، فان الرجل العادى يزودنا بأكبر ثروة من التشخيصات التى يدافع عنها فى تعصب وعناد •

وبالنظر الى أن الجماهير الكبيرة قد وجهت انتباهها نحو دراسة الظواهر الدينية والسياسية والاقتصادية ، فقد نفذت التبسيطات والتشخيصات الى هذه المجالات، فظهرت تشخيصات ما وراء الطبيعة فى تصور الآلهة والشياطين مجسمة فى شكل بشرى • كذلك فان المفاهيم الخلقية عرضت علينا فى صورة أشخاص خرافيين أو قصص رمزية أو روايات أخلاقية أو ما شابه ذلك ، بل ان الطبيعة ذاتها شخصت من عهد قديم ، كما أن العدالة والحرية والقانون ومئات المجردات شخصت فى الفنون الشعبية • كذلك ، فان العملية الاقتصادية تفسر الى حد كبير فى صورة تشخيصية يشخصها الرجل العادى بمعتقداته فيما يستطيع أن يفعله « رجل الاقتصاد فلان ، أو علان أو زيد أو عمرو » لحل المشكلات الاقتصادية ، كذلك فان الجماعات تشخص ، ويقول فى ذلك «كولى» ـ Cooley ـ ان العاطفة التى تتحقق بواسطتها فى عقل الفرد أسرته أو ناديه أو قريته أو بلاده انما تنبعث من صور غامضة وشخصية الى حد كبير ، وان الدافع الذى نحس به لتشخيص بلادنا أو أى شىء آخر يوقظ عاطفة قوية فينا ، وانما يدل على أن تصوراتنا شخصية جدا الى درجة أن شعورنا العميق يربط نفسه

بصـورة شخصية يتعذر اجتنابها(١) » ، وفى التشخيص ، تطلق الجمـاهير أسـماء أو رموز شـخصية على المجـردات والمفـاهيم والعواطف(٢) ، فالخطيب والفنـان الشعبى ورسـام الكاريكاتير وغيرهم من أصحاب الرأى يصبحون خبراء فى التلاعب بهذه الرموز المشخصة ، ولا شك أن الجماهير العامة تشيىء (أى تجعلها شيئا) وتجـرد بعض أجزاء الموضـوع الذى تتناوله ، لكن التشييىء والتجريد الناتجين لا يثير أيهما نفس ولاءات الجماعة واستجاباتها العاطفيـة الدافئـة التى تصحب الرمز المشـخص ، وقد نصح « أوجست كومت » Auguste Comte تلاميذه بأن يخلقوا صـورة مرئيـة للانسـانية فى شـكل شـخص يذكرونه لامرأة معـروفة أو محبوبة ؛ والتشخيص لا سبيل الى تجنبه سيكولوجيا ، لأنه يتيح محتوى عقليا بسيطا صريحا محسوسا •

---

(١) Ibid, Pp. 113, 114.

(٢) V. Pareto, «The Mind and Society» (English translation), Harcourt, Brace and Company, Inc., New York, 1935, Vol. II Pp. 636 ff.

(٩)

العــــاطفة

طوال نصف قرن لم يعــد التفريع الواضح البسيط للعقل والمادة ، وللعقل والعاطفة ؛ لم يعد هذا التفريع مقبولا عند العالم النفسانى ، فالعقل ينظر اليــه على أنه جزء لا يتجزأ من الجسم ، والتغيرات البدنية تدرس على أنهــا تؤثر على العمليات العقلية • وطرق التفكير التى تصور على أنها العقل والعاطفة ليست وجودا متميزا يحث على أمثلة معينة من السلوك ، وانما توجــد بنسب متباينة فى المواقف المختلفة ، فالانسان ليس كائنا متعقلا دائمــا أو غالبا ، بل ان المشــاعر والعواطف ، ما نحب وما نكره ، هى أجزاء مكملة لكل موقف انســانى ، بدرجات متفاوتة ، وانمــا نســتخدم لفظى « العقل » و « العاطفــة » بغرض التبسيط • والواقع أن لفظ « العاطفة » لفظ شائع عند الرجل العــادى ، يصف به حالات الشعور ، وبخاصة تلك الظواهر البدنية المعترف بهــا ، التى تصحب الخوف والحب والغضب وغير ذلك من العقــد العاطفية •

ولقد وضعت للعواطف تعريفات مختلفة ، وبوبت تبويبات مختلفة ، فبعض علماء النفس وصفوها مبدئيا فى صورة تغييرات داخل الكائن الحى ، كما توصف العواطف أحيانا أخرى فى صورة سلوكية بأنها الاستجابة لحافز ، وما قيل من حجج فى هذا النزاع

لا يعنينا هنـا(١) ، وقد ميز « واطسـون » ـ Watson ـ الخوف والغيظ والحب على أنها عواطف أساسية ، وان كانت تتسع فى رأى آخرين لتشـمل الغضب والغيظ والخوف والرعب والحب الجنسى وحب الأم والضحك والحزن والسخط والغيرة والابتهاج والكرب ، وكثيرا غير ذلك ٠

على أنه مهما يكن من أمر تحديد العواطف أو وصفها ، فانها ذات أهمية كبيرة بالنسبة لعملية الرأى فى مجـالات الاقتصاد ، والسياسة ، والدين ، والتعليم ، وما أشـبه ٠ فالاسـتغاثة التى تسـتهدف الاثارة العاطفيـة انمـا يلجأ اليهـا الغوغاء والخطيب الجماهيرى والواعظ ورجل الاعلان ، بل وغير هؤلاء ممن يتصلون بجماهير كبيرة ، فالناس يخشـون الحاجة والعزلة والمرض والموت وكره الناس لهم ، ولخوف المناشد الجماهيرى من هذه الحالات ، فانه كثيرا ما يخاطب نفسه ، على أن رجل التربية يؤمن نظريا بالمنطق ويتجنب الاحتكام الى العاطفة ٠ أما رجل الدعاية أو رجل الاعلان أو الغوغائى فلا تسيطر عليه مثل هذه الوساوس ٠

والباعث الى الاستجابة العاطفية قد يتمثل فى اللغة أو الفعل أو الايماء ، أو أى شكل آخر من أشكال الاتصال ٠ وقد فرق أحد الفلاسفة أخيرا بين الاستعمال المسموح به (فى رأيه) والاستعمال غير المسموح به للاتصال لتحقيق هذه الاستجابة ، فالشعر والنثر الرومانسى والخطابة العاطفية مجالات مشروعة للاحتكام العاطفى ، أما الأحاديث السياسية والاقتصـادية فيجب أن تتجنب الألفـاظ المتسمة بالعاطفة ٠

---

(١) P. T. Young, «Motivation of Behavior,» John Wiley & Sons, Inc., New York, 1936, Chapter 9 ; K. Young, «Social Psychology», Alfred A. knopf, Inc., New York, 1930, Chapter 8.

ان استخدام كلمات تتسم بالعاطفة ليست محل استنكار دائما بطبيعة الحال ، لكنها ضارة دائما حين نحاول التفكير بوضوح فى موضوع يدور حوله الجدل ، أما فى الشعر فللكلمات العاطفية مكانها المناسب لها ، لأن فى الشعر (كما فى بعض أنواع النثر) تكون اثارة العواطف جزءا هاما من الغرض الذىاستخدمت الكلمات فيه .

فقد كتب « كيتس » ـ Keats ـ فى ذكرى « سانت اجنس » ـ St. Agnes ـ يقول :

« على هذه النافذة ، أضاء قمر الشتاء بنوره الكامل »

« وألقى ظلاله الحمراء على صدر مادلين ، بلونه الصافى »

وهذه سطور جميلة ، لكن علينا أن نتتبع مدى جمالها الناشىء عن الاختيار الصحيح للكلمات المتسمة بالعاطفة ، وكيف أن هـذا الجمال كان يضيع لو استبدلت هذه الكلمات بكلمات أخرى جامدة . ان الكلمات ذات المعانى العاطفية الصارخة هى « النافذة » ، و « الحمراء » و « مادلين » و « صدر » و « الصافى » .

فكلمة « النافذة » تعنى ببساطة نوعا من الفتحات ذات ارتباطات عاطفية وغرامية ، وكلمة « حمراء » هى اللفظ المستعمل قديما للدلالة على النبالة المصحوبة بمغامرات الفروسية ، وكلمة « مادلين » هى مجرد اسم فتاة ، لكنه اسم يستدعى عواطف محببة ، وكلمة « صافى » انما تعنى من الناحية الموضوعية أن جلدها كان أبيض أو لا لون له ـ وهو شرط ضرورى حتى تظهر الألوان من النافذة ـ لكن لفظ « صافى » يقتضى أيضا التفضيل العاطفى الدافىء للجلد غير الملون على الجلد ذى اللون الأصفر أو الارجوانى أو الأسود أو غير ذلك من ألوان الجلد ؛ ولكلمة « صدر » أيضا معان عاطفية .

ولنحاول الآن تجربة احلال كل الكلمات المتسمة بالعاطفة بكلمات جامدة مع اجراء أقل التغييرات الممكنة فنقول مثلا :

« على هذا الشباك ظهر قمر الشتاء بنوره الكامل »

« ملقيا علامات حمراء على صدر «جين» الذى لا لون له »

وبصرف النظر عما يعتبر ، فى القيم المجردة عند الفيلسوف، مسموحا به فان الاحتكامات العاطفية قد لعبت الدور الأكبر فى الفكر الجماهيرى وفى الرأى الجماهيرى • كما أنه لا يمكن وصف علاقة العاطفة بالرأى الجماهيرى وصفا دقيقا بدراسة الميول الأصيلة ، حتى لو أمكن عزل هذه الميول عزلا تاما • وبصرف النظر أيضا عن الصفة الفطرية للاستجابات العاطفية فى الطفل الصغير ، فان مواقف الشباب بمكوناتها العاطفية قد تكيفت بمختلف التجارب الانسانية ، فحين تلتزم جماهير أمة ما من الأمم ، مواقف معينة وتعبر عن آراء تدل على الرغبة فى الأمن ، وحب المال ، والسخط على الامتيازات الطبقية ، أو العنف فى حل المنازعات أو التعصب العنصرى أو الانعزالية ، فان التاريخ الثقافى لهذه الجماهير يعطينا وصفا أكثر دقة لتطور آرائهم •

وثمة أنشطة مشاعر عاطفية مختلفة تعمل فى الفرد المنعزل الذى تستحثه عملياته العقلية ، والواقع أن الانفعال الذى يعقب عملية تخيلية قد يكون أكثر عنفا من الانفعال الذى يسبقه نشاط ادراك حسى(١) • على أن الاستجابات العاطفية شديدة السريان ، وتظهر بسرعة شديدة فى المواقف الجماعية ، فالأفراد ، كأعضاء

---

(١) J. R. Kantor, «Principles of Psychology», Alfred A. Knopf Inc., New York, 1924 - 1926, vol. II, P. 7.

فى حشود وجماهير كبيرة ، سريعو التأثر بالنـداءات العاطفية ، حتى ليقال ان الناس « يفقدون رؤوسهم » فى زحام الجمـاهير ، وبالنظر الى ما أحدثه الاتصـال الحـديث فى زيادة عدد وحجم الجماهير ، فان مجال النداءات العاطفية قد اتسع ٠

ونوضح ذلك فى المجـالات المتسعة لنـداءات الاستغاثة من الخوف ، فالخوف كان دائمـا مهمـا فى تخفيض أو زيادة المواقف والآراء العاطفية ٠ وفى المجتمعات البسيطة يكون الخوف منتشرا ، ذلك أن الحلم البدائى الكبير المعروف لدى كل شـعوب الأرض ، والذى أزعج عقل الانسان منذ فجر حياته هو حـلم الحصر النفسى (القلق) ، فالخوف يسيطر على أعمق الطبقات وأولها فى تفكير الانسان ومشاعره ٠ انه الخوف الذى ينبعث من اتساع الكون ومن شعور الانسان بالوحشة فيه ، الخوف من القوى الغامضة ، التى لا يمكن حسابها وتقديرها والتى يحشد بها خياله عوالم الفضاء(١) . وفى المجتمعات الغربية ، لجأت الديانة المسيحية بنداءاتها المثيرة الى الخوف ، فمثلا يقول « جوناثان ادواردز » — Jonathan Edwards — أحد كبار رجال الدين فى احدى مواعظه ما يلى : « ان قوس غضب الله قد انثنى واستقر السهم على الخيط مستعدا للانطلاق ، والعدالة تثنى السهم نحو قلبك وتشد القوس ، ولا شىء سوى مسرة الله ، مسرة الله الغاضب ، دون أى وعد أو التزام على الاطلاق ، يمنع السهم ولو للحظة واحدة من أن يتشرب بدمك » ٠ على أن المخاوف مما وراء الطبيعة تقل مع تزايد الأوصاف الطبيعية للكون ، فمن أواخر القرن التاسع عشر حتى اليوم تخلص الانسان الحديث بعض الشىء من مخاوفه مما وراء الطبيعة ، لكنه افترض عددا جديدا

---

(١) R. Fullop - Muller, «Leaders, Dreamers and Rebels,» The Viking Press, Inc., New York, 1935, P. 8.

شديدا من المخاوف والشر المرتقب والخطر ، فتناقض الخوف من الكون صحبته زيادة الخوف من أناس آخرين ومن طبقات اجتماعية وجماعات ، ومن انعدام الأمن ، بل الخوف من عدم قيام الانسان بوظيفته كانسان ٠

والتعامل الواعي مع الخوف له دلالاته الكثيرة التي تدل عليه ، فاستخدام رجل الاعلان لنداء الخوف بدرجة متزايدة منذ سنة ١٩٢٠ ليس مجرد أسلوب جديد من أساليب الاعلان ، لكنه يتصيد في الماء العكر ، « فشكل الفزع » يوجه الرأي نحو تأمين الانسان على أمتعته ومستقبله الاقتصادي ونحو اختيار معاجين الأسنان ، ومضادات العدوى ، وأفضل المساحيق للأطفال ، ونحو الموضوعات الخاصة بالوضع الاجتماعي ، ونحو تساقط الشعر ونحو عشرات الأمراض الغامضة ٠

وفي الخمسينات ، كانت هناك فورة مخاوف وجدت وترعرت في الولايات المتحدة مثلا ؛ ففي تعقد الحياة اليومية انتشرت المخاوف الشخصية، وقد درس أساتذة علم النفس بمعهد التكنولوجيا في ولاية « الينوى » ، قطاعا مستعرضا لعينة ممثلة لرجال الأعمال الأمريكيين فوجدوا أن ٨٠٪ يعانون من مخاوف المتاعب المالية ، و ٧٤٪ يعانون من الأمن على أعمالهم ، و ٦٩٪ يعانون من مشكلات صحية حقيقية أو متوهمة ، و ٥٩٪ يعانون من مظهرهم الشخصي ، و ٤٤٪ يعانون من متاعبهم الزوجية ، و ٣٧٪ يعانون من مشكلات دينية ، و ٣٤٪ يعانون من سلوكهم الجنسي ، و ٥٦٪ يعانون من حالات خوف وقلق على سياسة الدولة ، و ٣٣٪ يعانون من قلق على أقربائهم(١) ٠ ووسط هذه المخاوف الشخصية المباشرة ، ليس

---

(١) This Week Magazine, Oct. 9, 1954.

غريبا أن جماهير كبيرة من أهل المدن لم تستجب بشدة للآراء الخاصة بالتدمير الشامل من جراء القنابل الهيدروجينية ذات الرءوس الذرية ، فهناك نقطة ينتصر فيها عند الانسان السوى الاستسلام للقدر والتحرر من الانفعال ، على الخوف المباشر ، على الأقل الى أن تصبح الكارثة أمرا واقعا ٠

وفى العصر الحديث ، هناك ما يتجاوز المخاوف المحددة ، فهناك فزع ــ فزع غامض مبهم سحيق ــ بدأ ينتشر نتيجة لما تنقله وكالات الأنباء ووسائل الاعلام عن معسكرات السخرة والتعذيب والابادة ، وغسل المخ فى بعض الدول الديكتاتورية ذات الأنظمة القاسية التى تعتمد على نشر الخوف والفزع كوسيلة لفرض ارادتها على رعاياها ٠

والواقع أننا نعانى من مجموعة كبيرة متنوعة من المخاوف الشخصية فى الثقافة الحديثة ، مخاوف تنبعث من الرعب ، مخاوف تثيرها بيئة تنشر الخوف فى عصر ذرى ٠ ثم هناك مخاوف عديدة يثيرها عن وعى رجال السياسة والاعلام والدعاية ومختلف الزعماء الغوغائيين ٠ على أن المؤكد أن النداءات الباعثة على الخوف ليست ناجحة دائما ؛ فهناك أمثلة كثيرة تبرهن على أنها تأتى بعكس الأغراض المقصودة منها ، وان يكن البحث التجريبى لهذا الموضوع ما يزال محدودا ٠

بل ان من الاخطار التى تزيد من الخوف فى المجال السياسى ما نعرفه من أن الخوف هو أشد الأشياء قضاء على العقل ، فلكى يحتفظ الانسان بتوازن معقول وبرباطة جأش شخصى يجب أن يخف الخوف الى أدنى حد ، فالذين ينتابهم الخوف لا يميلون الى الحرية ، كما ان الموضوعية تضيع فى فترات الخوف الجماهيرى ، وكذلك فان

التعقل يصبح مكروها اذا تعارض مع الانطلاق نحو أمن مزعوم في ظل الخنوع والولاء .

ويبدو من المناقشات السابقة أننا شغلنا بالأشكال غير المنطقية في قيام العقل بوظيفته ؛ وهذا صحيح فان انعدام الاستقامة والمنطق في تفكير الجماهير واضح لكل عين « فلا وجود الانسان غير العاقل ، ولا قيمته الموضوعية ، جديرة بالتمويه . ان كل الغرائز ، والدوافع ، والعواطف ، التي تدفع الانسان الى العمل خارج نطاق الفائدة والعادة ، انما هي غرائز ودوافع غير معقولة مثلما أن أعماق الطبيعة وغوامضها ليست معقولة(١) . ان الطاعة صفة ضرورية في الجندى ، ومع ذلك فهناك مثل ألمانى يقول ان الجيش العاقل يجب أن يفر ويهرب . على أن العمليات غير المعقولة وغير المنطقية ، من جانب الجماهير الكبيرة ، لا تؤدى دائما الى سلوك غير معقول » . ويقول ، وليم جيمس William James : بحق « ان أعماق الشعور ، الطبقات المظلمة المعتمة من الشخصية ، هى الأماكن الوحيدة فى العالم التى نعثر فيها على الحقيقة الواقعة وهى تتخلق » . ان الجماهير الكبيرة تفعل غالبا ما هو صواب ـ تفعل ما يؤيده التحليل المنطقى ـ لأسباب خاطئة ، فالأهداف التى يريدها المجتمع تلقى التأييد أكثر مما تلقى المعارضة ، لا بسبب الصفات المميزة لقادتهم ، ولا الأسباب التى يبديها القادة ، ولا الاستجابات العاطفية التى يحاول القادة اثارتها . ان الجماهير الكبيرة تصر دائما على أن تبقى على الحياة ، سعيدة جدا فى الغالب ، مع قدر كبير من الحركة والتعقل العاطفى المبسط ؛ ولكن التبسيط ليس دائما من جانبها . فاذا أراد رجل المنطق أن يصحح أو يعالج مثل هذا الموقف بجرعات كبيرة

---

(١) John Dewey, «The Character of Events,» Henry Holt and Company, Inc. New York, 1929, vol. II, P. 587.

من التفكير المنطقى بين الجماهير ، فانه بذلك يكشف عن فهمه المحدود للسيكولوجية الحديثة ، اذ كيف يمكن تدريب جموع كبيرة متعارضة على التفكير المنطقى فى مسألة محددة اذا كانت هذه الجموع قد دربت على غير ذلك وتستجيب لرموز مختلفة وتعتنق أيديولوجيات متباينة جدا ؟ .

وعلى أى حال ، فان نتائج العمليات السيكولوجية غير المنطقية بين جماهير الناس ليست دائما مرغوبا فيها من المجتمع ، وقد تكون فى المستقبل القريب غير طيبة فعلا ، لأن هناك بثا مقصودا (دعاية) ومفتعلا لما هو غير معقول ، فى الحياة الحديثة . وظهور عدد كبير من جماعات أصحاب المصالح صحبه بث واع لعدم التعقل بين الجماهير ، لتحقيق أغراض تلك الجماعات السياسية والاقتصادية ؛ لهذا فان الأمريكيين مثلا ، لا يأملون فى الأجل القريب بأن يحققوا « ديمقراطية مثقفة فعلا ، ترتاب فى العبارات العاطفية وفى كل ما تحتويه جعبة المستغلين ذوى التفكير المعوج ، ديمقراطية متحررة من احترام النظم العتيقة وطرق التفكير البالية ؛ ديمقراطية تستطيع أن تمسك بزمام سيطرة واعية على التطور الاجتماعى »(١) .

---

(١) Thouless, op. cit, P. 226.

(١٠)

اللغة ، كأداة للتعبير

من الصعب أن نتبين ، بدقة ، وظائف اللغة لأنها تنفذ بجذورها العميقة فى كل السلوك الانسانى نفاذا يجعلنا نرتاب فى أنه لا يوجد فى سلوكنا الواعى جانب لا تلعب اللغة فيه دورا(١) ٠

لهذا يشتغل معظم الباحثين فى علوم اللغة بسلسلة من المشكلات لا تعنى عالم الاجتماع ولا الباحث فى علم النفس الاجتماعى ٠ فأوصاف مبنى الكلمات ، وجذور بعض الألفاظ والعبارات ومعانيها ونشأتها التاريخية ، وتتبع أصولها ونمو اللغة ، والدراسات المقارنة لصور اللغات وانتشارها ، وتصنيف قواعدها على أساس أصل الكلمات وتاريخها ؛ ليست كلها مما يهم عالم النفس الاجتماعى ، وقل من علماء اللغات من تناول علاقات اللغة بالعمليات الاجتماعية أو بالعلاقات بين الفكر واللغة ٠

ومشكلة استعمال اللغة لكسب الآراء والسيطرة عليها ، ضللت عقل الباحث من أقدم الأزمنة حتى أحدث العلماء المعنيين بعلم دلالات الألفاظ ٠ ففى اليونان القديمة وضعت قواعد للخطابة الناجحة واغراء السامع ؛ وفى روما القديمة درست آثار الخطابة السياسية دراسة منظمة بعض الشىء ؛ وفى العصور الوسطى التى سيطر عليها الدين فان أثر اللغة كان شديدا ؛ لكن العصر الحديث

---

(١) E. Sapir, Ency. Soc., 9 : 159.

هو وحده الذى كانت فيه للسيطرة المعينة عن طريق التلاعب باللغة أهميتهـا البالغة لرجال الاعلان والاعلام والدعاية والسياسـة ، فظهرت علوم متخصصة للتحليل اللغوى منذ سنة ١٩٠٠ واستكشفت الحواجز السيكولوجية التى تعوق الاتصال عن طريق اللغة ، كما جرى ، جزئيا ، تحليل العلاقات بين الفكر والسلوك وبين اللغة ·

ان اللغة ثمرة ثقافة معينة ، وهى تتكون من الكلمات والعبارات التى تحدد الأشياء المادية ، والعلاقات ، والآراء ، والمفاهيم والقيم التى عنيت أو تعنى بها تلك الثقافة · والفرد فى تعلمه ذلك الجزء من اللغة الذى يحصل عليه ، انما يسترشد فى فكره ، الى قدر كبير ، بالألفاظ التى يتعلمها · واللغة هى التى تحدد بصفة أسـاسية بحتة ، محتوى الفكر ، وهذا واضح جدا اما من محاولة عالم الأجناس البشرية (الأنثروبولوجيا) توضيح مفهوم الحب الرومانسى لفرد فى ثقافة بدائية ، أو من محاولة مبعوث أو مرسـل دينى يكافح فى توصيل فكرة لاهوتية · زد على ذلك أن داخل جماعة تتحدث وتتعامل بلغة من اللغات لا يعرف الفرد الا جزءا من الكلمات الموجودة ؛ وكلماته هى مقياس لمدى مساهمته فى ثقافته · وقد دلت تقديرات مختلفة للغة عند الرجل العادى المعاصر على أن مفرداته لا تتجاوز آلافا قليلة من الكلمات · وهذه الأدوات اللغوية المحدودة لا تسمح بمدى واسع من المعرفة ومن التفكير · وفضلا عن ذلك فان تفكير الفرد ينفتح أمام اللغة التى تستعملها الجماعات والتى اكتسب منها الفرد أيديولوجياته الأساسية · والصور اللغوية للايديولوجية تتكون من أفكار سبق تخيلها أو تصورها ، وهى آراء تعوق الفكر · فعملية الرأى ، كغيرها من العمليات العقلية ، تسير داخل لغة معينة ، لم يتعلم الفرد الا جزءا منها ، كما أنه محدود بتصوراته الايديولوجية

ومن جيل مضى ، كان من المسلم به أن اللغات تختلف فى أجروميتها ومحتواها من الكلمات ، لأن الشعوب كانت تفكر تفكيرا مختلفا بعضها عن بعض • على أن المعاصرين من الباحثين فى علم النفس الاجتماعى يرون أن الشعوب تفكر تفكيرا متباينا لأن صور لغاتهم مختلفة ، فالفرد يتكلم بلغة جماعة ثقافته ، ويفكر كما تفكر أو كانت تفكر تلك الجماعة • وفى دراسات الأجناس البشرية منذ « وندت » Wundt كانت اللغة تحلل تحليلا شاملا باعتبار أنها تعكس العمليات الاجتماعية والقيم والمستويات فى الحياة البدائية ، كما أن أنماط السلوك وطرق الحياة والاطار الثقافي والعمليات الاجتماعية تنعكس في صور اللغة • وقد نشأ من هذه الدراسات الكشف عن مئات من أمثال هذه العمليات والعلاقات ، كانت غريبة على الفكر الحديث • ودرجات العلاقة تدل عليها كلمات خاصة ، وان كانت العلاقة أكثر تعقيدا بين البدائيين عنها في مجتمعنا الحديث • فنظام الترقيم وتصنيف نوع (مذكر ، مؤنث ، الخ) الأشياء والنعوت السببية أو الحقيقية ، وصور اللغات المقدسة الغريبة عند مختلف الشعوب البدائية ، والسحر وغير ذلك من الموضوعات المختلفة ، يمكن دراستها جزئيا فى صور لغوية(١) •

بل ان قيم الجماعة ومشاغلها كثيرا ما يعبر عنها بالألفاظ اللغوية الشائعة الاستعمال بين أعضائها • فحديث رجال القانون ، وحديث الأطباء ، ورطانة رجال التعليم ، والمصطلحات الاقتصادية ، ولغة العلم ؛ هذه كلها مفردات خاصة تختلف عن لغة حديث الجمهور العام •

---

(١) B. L. Whorf, «The Relation of Habitual Thought and Behavior to Language», in L. Spier, J. Hallowell and S. S. Newman (eds), «Language, Culture and Responsibility», Sapir Memorial Publication Fund, Menasha, Wis., 1941, Pp. 75 - 93.

أما أهداف هذه المفردات الخاصة فهى تجريد وتجنب المصطلحات المثيرة للانفعال ، وكذلك توفير المصطلحات الضرورية لتفصيل الوصف وتحليله . فحين يتكلم رجل الاقتصاد عن «الأفراد العاملين» فانه يجرد هذه العبارة من معناها النظرى كرجال ونساء ·

وهذا النوع من اللغة ينمو وينتشر لتوفير عبارات تغطى احتياجات لغة خاصة ، حقيقية أو متصورة ، عند الجماعات المعينة ، ومثل هذه اللغة تمارس نوعا من السلطة على الفكر والآراء ، عند أعضاء الجماعة ، لكن هذه السلطة ليست مستهدفة ولا مقصودة لذاتها من جانب واضعى هذه الكلمات ·

وفى الحياة السياسية والاقتصادية الحديثة ، يعتبر التلاعب الذكى باللغة ــ بهدف السيطرة على الآراء ــ اجراء عاديا ، « فعلم دلالات الألفاظ السياسية يفحص المصطلحات الهامة والشعارات والمذاهب من ناحية الطريقة التى تفهم بها » كما يقول « هارولد لاسويل » Harold Lasswell ففى السياسة يعنى علم دلالات الألفاظ التطبيقى بآثار الكلمات ووقعها · ومن أكثر ما كان يعنى به هذا العلم فى الثلاثينات والأربعينات ، التلاعب باللغة لاحداث سيطرة اجتماعية ، فاهتمت الجماعات والأفراد بمشكلة التلاعب بفكر وآراء الآخرين ·

(١١)

الأمثال والأقوال المأثورة

قلنا فى تعريفنا للرأى انه تعبير عن وجهة نظر معينة ازاء موضوع قابل للجدل ومتنازع عليه ، ففى المجتمع البدائى والثقافات الجماهيرية الراكدة نسبيا يكون مدى مادة الرأى ضيقا جدا فى الغالب ، وفى المجتمعات البدائية يوجد تباين فى سلوك الأفراد أكبر مما تبينه علماء السلالات البشرية من جيل مضى . وقد وصف « مالينوفسكى » Malinowski و « بينيديكت » Benedict و « ميد » Mead و «رادين » Radin فى كتاباتهم ، هذا التباين . على أنه يمكن القول بصفة عامة بأن الجماعات التى لم ينتشر فيها التعليم هى جماعات جامدة (غير متغيرة) ، وأن التعاريف الثقافية مندمجة فى المواقف الفردية الى حد يعوق التعاريف القابلة للجدل والنقاش . فمعتقدات الجماعة وقيمها مندمجة فى الأساطير والخرافات والقصص والأغانى والأمثال والأقوال . كذلك فان العلاقات الشخصية والعلاقات بين الجماعات بسيطة نوعا كما أن تعريفها واضح عادة .

وشكل اللغة الذى يعكس القيم البدائية بوضوح هو المثل . فالأمثال تحفظ الحكمة العملية ، ويمكن اقتباسها للحد من التعبيرات الفردية عن رأى مخالف أو مغاير . كذلك فان الأمثال اداة هامة للسيطرة على الرأى والسلوك .

والمثل ، صورة لغوية انقرض استعمالها فى الثقافة الحديثة فى الدول المتحضرة ، فالحديث العادى والأدب السائد فى هذه الدول لا يذكر الا القليل من الاقتباس أو الاشارة الى الأمثال ، اللهم الا فى المناطق النائية حيث توجد جماعات قديمة يحتفظ المثل فيها بقوته القديمة كأداة تعليم وسيطرة ٠

والواقع أن كل مثل شعبى يبدو جميلا فى نظر حشد من الناس ، لكنه فى ثقافة استغنت عن الأمثال ، الى حد كبير ، قد يدعو اقتباس مثل واحد الى سخرية عجيبة توجه الى التباين الثقافى ٠

وللمثل ، فى الغالب ، خواص فى تركيبه تعطيه قيمة تذكر عالية ، ويعتمد نجاحه ـ شأنه فى ذلك شأن الشعار وغيره من الصور اللغوية المركزة ـ على تفاصيل معينة ٠ زد على ذلك أنه فى الفترات التى توجد فيها درجة عالية من الاجماع فى الأحكام الاجتماعية يبدو المثل فى نظر الجماهير على أنه تعبير عن حكمة عميقة وخاصة أن الأنواع المحددة من الأمثال التى تستعمل فى حديث كل يوم ، انما تكشف عن توترات الصراع فى العملية الاجتماعية والمشكلات التى تعترض الحياة اليومية ٠

ولا يبدو أن المثل يشكل صفة مميزة للثقافة المعقدة اذا كانت خاضعة لظروف تغير سريع فى المعتقدات التى تتناول العلاقات الاجتماعية وما وراء الطبيعة ٠ فالصور الموجودة يندر استعمالها ، كما أن قادة الأدب والسياسة والاقتصاد لا يبتدعون صورا جديدة ٠ لكن الكلمات الشائعة التداول هى التى تشكل العبارات السائرة ٠ كما أن تنوع الأحكام الاجتماعية المتضاربة يضع صورة لغوية

مختلفة ليست أقل جزما ولكنها أقصر حياة وبقاء ، وتصبح الجمل المأخوذة من الأغاني الشعبية والعبارات الدارجة و « الملاحظات أو الاجابات البارعة » ، أو المقتبسات من حوار الأفلام السينمائية أو شعارات الاعلانات الاقتصادية ... هذه كلها تصبح هي السائدة في عملية الاتصال(١) .

(١) W. Albig, «Proverbs and Social Control,» Sociol. Soc. Res., 15: 527 - 535. Also J. O. Hertzler, «Social Thought of the Ancient Civilizations,» McGraw - Hill Book Company, Inc., New York, 1936. Pp. 373 - 388.

(١٢)

الشـــعارات

ان الكلمات والعبارات الموجزة السهلة التذكر تميز الأهداف والتعاريف الاجتماعية وتكون رأيا فيها ، لأن الجمـاهير تصبح معتادة على صور لغوية معينة • كما أن حركات الاصلاح الاجتماعي تزدهر على اثر الصيحات المتحمسة • ومن أوائل حركات الاصلاح الشــعبية فى ميدان الاقتصاد ، تلك الحركة التى تزعمها « جون بول » John Ball فى انجلترا فى القرن الرابع عشر ، شاع الشعار القائل « حين كان آدم يحفر الأرض وحواء تغزل ، من كان السيد فى ذلك الحين ؟ » لكن قبل ذلك بوقت طويل كانت الحركات الشعبية يرمز اليها بشعارات أو صيغة تتكرر أو نداءات معينة •

وليس للشــعار الناجح الا مميزات قليلة وبسـيطة تتناول التركيب ، فمثلا يقول أحد رجال الاعلان ما يلى :

« يجب أن يكون الشعار بسيطا بحيث يمكن فهمه ، سهلا بحيث يمكن تذكره ، وممتعا فى تكراره ، ولما كان نجاح الشعار يعتمد على ترديده الى حد كبير ، فمن الواجب أن تتوافر فيه صفات الايجاز والذكاء والأصالة ؛ ويبـدو ان سـبع كلمات هى أقصى ما يجب استعماله فى شعار ، بل ان ست كلمات تكفى حتى يكون الشعار

فى حدود الأمان ، ومن الأفضل أن يكون عدد الكلمات أقل من ذلك(١) .

ولقد كانت المجالات السياسية والدينية هى المجالات القديمة التى انتشرت فيها الشعارات . أما استعمالها فى الاعلان من جانب الحركات والمنظمات المختلفة فهو تطور حديث ظهر فى خلال السنوات الخمسين الأخيرة . وفى مجال السياسة ارتبطت الشعارات بصفة خاصة بحركات الجماهير الشعبية . وتتميز الشعارات التى ترتبط بمواقف سائدة ـ كالشعار المشهور « الحرية ، الاخاء ، المساواة » ـ بأنها شعارات قوية وفعالة ودائمة . أما الشعارات التى تستخدمها طبقات غير شعبية والتى لا تمس المواقف الشعبية فهى شعارات عابرة وغير فعالة نسبيا .

ويرتبط كثير من الشعارات بشخصيات معينة ، فقد عرف عن الجنرال « بيرشنج » Pershing شعار : « لافاييت ، نحن هنا » ؛ وعن المارشال « بتان » Petain شعار : « لن يمروا » .

وقد وجدت الشعارات رواجا كبيرا فانتشرت من رجال الدعاية لدوائر الأعمال التجارية لحملات الجماعات الرياضية ، والتعليم والمنظمات الدينية ، والاصلاح الاجتماعي والنوادى الاجتماعية . والواقع أن عقل الانسان الحديث يتأثر بالاغراء . لهذا فان الشعارات تصاغ لتحقيق هذا الاغراء .

---

(١) O. Kleppner, «Advertising Procedure,» Prentice - Hall, Inc., New York, 1934, P. 112.

(١٣)

التسميات (التورية بالأسماء)

في الشعوب البسيطة ، توجد علاقات غامضة لا يسهل تبينها بين الصور اللغوية وبين الأشياء التى تطلق عليها • وينظر الى الاسم على أنه جزء فعلى من الشيء الذى يتسمى به ، وعلى ذلك فان التصورات السحرية عند البدائيين تجعلهم أحيانا يستعملون ، أو يتجنبون استعمال ، بعض الأسماء كطريقة للتلاعب بالشيء الذى يطلق عليه الاسم • فهم يعتقدون أنك تستطيع أن تقتل أو تصيب شخصا بالتعاويذ والرقى التى تدمج فيها اسمه ، كذلك تستطيع أن تسيطر على الأرواح أو الأشياء التى فى الطبيعة بتسميتها !! ولغة السحر ، وكذلك الصور اللغوية المحظورة عند مختلف الشعوب البدائية ، تمثل مشكلة معقدة ومحيرة بالنسبة لعلماء السلالات البشرية • وحين تنغمس الشعوب البدائية فى اطلاق أسماء السخرية فى أوصاف ونعوت التحقير ، يكون هناك اعتداء قوى بصفة خاصة على الشخصية ، اذ أن الشخص الذى تطلق عليه لا يكون فحسب محل ازدراء من المجتمع بل محل هجوم سحرى كذلك ، وهكذا تجد كثير من الشعوب البدائية فى التورية بالأسماء والسخرية طريقة فعالة للسيطرة الاجتماعية •

ويشيع التشهير عن طريقة اطلاق الأسماء (التورية بالأسماء) حيث يكون فى المجتمع قطاعات كبيرة يقع بينها الصدام باستمرار ، فأسماء التشهير تنهال بين الجماعات السياسية وبين الجماعات

الاقتصـادية المتصارعة ، وبين الريف والمدينـة ، وبين الذكور والاناث ، وتطلق على الأجانب والملونين · والواقع أنها تنهال حيث يقوم الصراع بين المستويات والآرراء عند جماعتين أو أكثر ·

وبزيادة التوترات فى السياسة الداخلية والدولية ، وصل فن التشـهير بالأسماء أبعادا جديدة ، فتنبثق الأسـماء من مخاوف واحقاد غير معقولة ·

كذلك فان تطور العلاقات قد يزيد أو يقلل من التشهير عن طريق استخدام الأسـماء ؛ فقد اختفت ، أو كادت أن تختفى ، أسماء التشهير التى كانت توجه من القروى الى الحضرى أو العكس ، قبل ثلاثين سنة مضت ، وذلك راجع الى اختفاء الفرق الواضح بين الرجلين فى الملبس وأسلوب الكلام والسلوك ·

(١٤)

التغير فى شكل الكلمة

قد تتغير معانى الكلمات تدريجيا من أثر استعمال الناس لها أو بسبب اعادة التعريف بها من جانب خبراء اللغة • وفى حالات أخرى قد تكون الكلمة وتعريفها الموضوعى كما هما لكن استجابات الجمهور لهما تتغير • كما أنه فى حالات أخرى تتغير الكلمة بأخرى، لكن حقيقتها الموضوعية تبقى كما كانت • وفى حالات كثيرة تعكس الصور اللغوية القيم والآراء الشعبية المتغيرة ، فكثير من الألفاظ الجديدة تنشأ من نعت الجمهور لألفاظ معينة ؛ فمثلا حلت كلمة « الراحل » محل كلمة « الميت » !

ومن ناحية أخرى ، قد تحدث التغيرات اللغوية من جانب الأفراد والجماعات التى تتلاعب باللغة فى سبيل هدف معين ، فالقائد السياسى الماهر يستعيض بكلمات جديدة عن الكلمات التى أصبحت غير شعبية • ويقول ليبون «Lebon» حين تصل الجماهير ، نتيجة انقلابات سياسية أو تغيرات فى العقيدة ، الى كراهية فطرية للصور التى تدل عليها ألفاظ معينة ، فان من أول واجبات السياسى الصادق أن يغير الألفاظ دون أن يمس الأشياء نفسها بطبية الحال »(١) •

---

(١) G. Lebon, «The Crowd» T. F. Unwin, London, 1896, P. 121.

الفصل الخامس

الرأى العام فى الحرب والسلم

(١)

طرق الحرب ونتائجها

ان أكبر كتاب لأعظم عبقرية عسكرية شهدتها الولايات المتحدة هو كتاب « شجاعة الجهل »(١) الذى يستهله مؤلفه «هومرلى» Homer Lea بقوله :

« ان معتقدات الانسان ، وهى متباينة كالملايين من الناس الذين تزدحم بهم الأرض ، لا تبقى أكثر من ثانية من الزمن ، ومع ذلك فانها فى هذه اللحظة القصيرة المتقطعة لا تكف عن الشك والتأكيد والانكار • ان هذا التباين الشاسع غير المستقر فى وجهة نظر الانسان هو الذى ملأ العالم بمثل هذا الجدل والخطأ الكثير ، وأقام أو هدم هذه المثل العابرة السريعة الزوال ، ووضع القوانين والدساتير •

« ان تحليل تاريخ البشر يدل على أنه من قبل المسيح بخمسة عشر قرنا حتى اليوم ، وهى دورة طولها ثلاثة آلاف وأربعمائة

(١) Homer Lea, «The Valor of Ignorance» (New York, Harper & Brothers, 1909) Pp. 3, 11 - 12.

سنة ، لم يشمل العالم منها سلام ، الا مائتين وأربعا وثلاثين سنة ، وتعاقبت الأمم واحدة بعد الأخرى فى تشابه ممل من حيث قيامها وانحدارها وسقوطها ، فكل منها أقامها مهندسون كانوا قادة ، وبناءون كانوا جنودا ، ومن أحجار كانت أنقاض دول انهارت ، وكانت سنين عظمتها تنطبق تماما على براعتها العسكرية الفائقة ، وعلى التوسع المترتب عليها ... » .

وقد يكون « لى » خياليا بعض الشىء ، لكن الذى لا سبيل الى انكاره هو أن تاريخ الحضارة الغربية هو تاريخ الحروب . فبظهور الأسلحة الجديدة وصلت سلسلة الحرب الى أقصى أهميتها للانسان . وقد ذكر الفيلسوف « ك . م . جود » C. M. Joad أن أوروبا لم يمر بها خمسون عاما بغير حرب ، ونحن لسنا من الحكمة ولا من الفضيلة بحيث نتوقع أن تمضى خمسون سنة أخرى بغير حرب ، اننا لا نستطيع أن نتوقع أن نفعل خيرا مما فعل أسلافنا ، ويبدو من المؤكد أننا لو دخلنا حربا أخرى فان القنبلة الذرية ستدمر حضارتنا ، وهذه هى المشكلة الحقيقية والتحدى الحقيقى لعصرنا هذا » (١) .

وعلى العكس ، نحن نعرف تماما ما يفيد عدم الحرب ، فالانسان لا يولد مخربا ، والتخريب ليس بذرة تورث ، وقد كانت « روث بينيديكت » Ruth Benedict من أوائل من أشاروا الى ذلك فى قوة ، ففى كتابها « أنماط الثقافة » ، تقول(٢) :

« ان الحرب مبدأ اجتماعى آخر ، قد يعمل وقد لا يعمل به فى أية ثقافة ...

---

(١) University of Chicago Round Table (April 28, 1946, transcript No. 423) P. 16.

(٢) Ruth Benedict, «Patterns of Culture», New York, Penguin Books, 1946 edition, Pp. 27 - 29, 32.

« ولكن ، من ناحية يستحيل على بعض الشعوب أن تتصور امكان حالة من السلام ، فذلك في تصورهم معادل لاقرارهم بأن تدخل القبائل المعادية لهم في فصيلة الآدميين مع أنها ، في تعريفهم ، ليست كذلك ، حتى اذا كانت هذه القبائل المعادية من نفس عنصرهم وثقافتهم ! ··

« ومن ناحية أخرى ، قد يكون مستحيلا على شعب ما أن يتصور امكان قيام حالة سلام ··· ان فكرة أن تقوم قرية من الاسكيمو بحرب مع قرية اسكيمو أخرى ، أو قبيلة ضد قبيلة ، أو حتى قرية أخرى تدخل في حرب مشروعة ، فكرة غريبة عليهم ، فالقتل كله يدخل تحت عنوان واحد ، لا كما نفصله نحن الى أنواع ، أحدهما قتل مشروع ، والآخر جناية كبرى ···

« ولقد حاولت بنفسي أن أتحدث عن أعمال الحرب الى بعثة من الهنود في كاليفورنيا ، لكن استحال ذلك ، فان سوء فهمهم لأعمال الحرب كان مطبقا · لم يكن لهم في ثقافتهم الأساس الذى يمكن أن يقوم عليه الرأى · ومحاولتهم تعليل الحرب حففت من الحروب الكبيرة التي نستطيع أن نكرس أنفسنا لها بحماسة خلقية ، الى حد وضعها في مستوى الشجار البسيط ···

« لم يحدث أن كان لهم نمط ثقافي يميز بين الحرب والشجار ...

« ان الحرب ، كما أجبرنا على أن نعترف بذلك في مواجهة مكانتها الضخمة في حضارتنا ، هي سمة أنانية غير اجتماعية ··· »

ان الحرب ليست تعبيرا عن غريزة حب القتال والخصام · فغريزة حب القتال في الانسان صغيرة في التركيب الانساني الى درجة أنها لا تستطيع أن تعطى أى تعبير لها في العلاقات بين

القبائل ، لكنها حين تعطى صفة رسمية فان الشكل الذى تتخذه يتبع مسالك أخرى من الفكر غير المسالك التى تتبعها فى الدافع الأصلى »(١) .

وقد خلصت جماعة دولية من علماء الاجتماع ، كلفتها منظمة اليونسكو بدراسة الميل الى الحرب — الى أنه ليس ثمة دليل يقطع بأن الحروب نتائج ضرورية وحتمية لطبيعة البشر(٢) .

وقالت جماعة العلماء هذه ، فى بيان من اثنتى عشر نقطة ما يلى :

أولا : ليس ثمة دليل موجود يثبت أن الحروب نتائج حتمية لطبيعة البشر .

ثانيا : ان التوترات بين الشعوب لا يمكن السيطرة عليها الا باجراء تغييرات أساسية فى التنظيم الاجتماعى وفى طرق التفكير .

ثالثا : ان القلق والاحباط والظلم ، تؤدى الى الصراع ، كما أن استخدام الموارد المادية وقوى الانتاج لتخفيف هذه العوامل يسهم فى السلام .

رابعا : ان الأساطير والرموز التى تجسد الكبرياء القومية تساعد على احداث الحرب .

خامسا : ان التعليم الذى ينمى القدرة على القيام بتحليل منظم لمختلف أشكال الحياة الاجتماعية ، يسهم فى السلام .

---

(١) Science News Letter (November 6, 1948; vol. 54, No. 19) P. 293.

(٢) The School Executive (November 1948, vol. 68, No. 3) Pp. 8 - 9.

سادسا : ان الطرق الحديثة فى سرعة الاتصال تستطيع أن تساعد على وحدة العالم ، لهذا يجب على المنظمات الدولية أن تستخدم هذه الوسائل استخداما حكيما .

سابعا : ان الاستغلال الاستعمارى وظلم الأقليات لا يتمشيان مع السلام الدائم .

ثامنا : ان العلماء الاجتماعيين ، كغيرهم من الناس ، يمكن الانتفاع بهم فى الأغراض السياسية .

تاسعا : ان هناك حاجة الى بحث دولى جاد ، والى برنامج تعليمى للعلوم الاجتماعية .

عاشرا : ان انشاء معاهد عالمية وجامعة دولية ، يستطيع أن يتعرف على مصادر التوتر ، وتنمية الطرق لتوجيه عقول الشباب نحو السلام .

حادى عشر : ان الاستخدام البناء للمستحدثات العلمية والفنية يمكن تنميته ورعايته بدراسة القوى التى تسيطر على بنى الانسان .

ثانى عشر : للعلوم الاجتماعية دور حيوى تلعبه فى الحصول على معرفة الذات والفطنة الاجتماعية .

وللنقطة الثانية ، من النقاط السابقة ، أهميتها الخاصة ؛ فهى معادلة للاعتراف بأن النظم التنظيمية وأنماط الرأى العام التى تسود العالم اليوم لا يمكن أن تمنع الحرب . فى الفصل الأول من كتاب « هنود أمريكا »(١) يستنكر « جون كوليير» John Collier

(١) John Collier, «Indians of the Americas» (New York, New American Library of World Literature, 1948 edition), P. 15.

هذا الميل نحو التفكير الذى يسبب الدمار ، لكنه يستنكره بوسيلة واحدة هي العويل والبكاء وهو يلوم الغرب على قبوله عزلة الفرد أساسا ، ويقول : « ان الغرب لم يحاول أن يفهم ، ولم يحاول أن يفعل شيئا مناسبا أو متواصلا فى ذلك الجوع القاتل لأرواحهم التى بين جنوبهم بسبب ذلك التآكل المرير فى الحياة الانسـانية ، ذلك التآكل الذى يقضى فى سـكون وصمت ، على مجتمعنـا ، وعلى كل المجتمعات الغربية ويلقى بها فى بحار من الليل الذى لا نهاية له » .

وبينما يتحدث « اسخيلوس » Aeschylus عن الحرب التى يكسب منها الانسان الذهب ، يقول « جوليان هكسلى » Julian Huxley انه على أساس البينة البيولوجية وبصرف النظر عن قانون الطبيعة العام أو حتى الحدث العام ، تعتبر الحرب استثناء نادرا جدا بين الأحياء ، وحيثما تحدث فهى تكون مصحوبة بظاهرة أخرى نادرة أيضا ، هى اما الثروة المكدسة واما حقوق الأرض »(١) .

ويقول هكسلى أيضا « ماذا يستطيع عالم الأحياء أن يقوله لأولئك الذين يزعمون أن الحرب شىء لا بد منه ، ما دامو يقولون ان الحرب نتيجة طبيعية لطبيعة البشر ، وان طبيعة البشر لا يمكن تغييرها ؟ . ان من الحقائق المشاهدة أن الحرب تحدث فى ظروف معينة ، ولا تحدث فى غيرها ، وليس ثمة دليل على أن انسان ما قبل التاريخ قد شن حربا ، لأن كل أدواته كما يبدو ، صممت للصيد أو الحفر أو لقطع الجلود ، ونستطيع أن نجزم أنه لو صح أن حروبا قد نشبت بين جماعات فى مرحلة الصيد من مراحل حياة الانسان ، فانها كانت نادرة وبسيطة ، والحرب النظامية لا يمكن أن تكون قد

---

(١) Julian Huxley, «Man in a Modern World» New York; New American Library of World Literature, 1948, P. 185.

بدأت قبل مرحلة استقرار الحضارة ، والأمر في الانسان كما هو في النمل ، فالحرب بمعناها الجاد ترتبط بوجود ثروات مكدسة يحارب من أجلها(١) ٠

ويقول عالم الانثروبولوجيا « فرانز بوا » Franz Boas « ان الحرب بصرف النظر عن نتائجها العديدة يجب أن تعتبر صورة من صور النشاط الاقتصادى ؛ فمعظم الحروب والغارات بين الشعوب البدائية تشن للحصول على مال أو لتدمير انتقامى بما فى ذلك القيم الكامنة فى حياة الانسان »(٢) ٠

ولئن كان الأمريكيون يقولون انهم يحبون السلام ، فان روزفلت ، بعد أن تحدث عن الحروب الأوروبية المتتابعة ، علق ساخرا بقوله « اننا لا نغالى فى مديح أنفسنا ٠٠ أليس كذلك ؟ لقد كانت هناك الثورة أى ما سمى بالحرب مع فرنسا فى سنة ١٨٠٠ ؛ وحرب سنة ١٨١٢ ؛ والحرب المكسيكية ٠ فى سنة ١٨٤٨ ؛ والحرب بين الولايات المتحدة فى سنة ١٨٦٠ وما بعدها ؛ والحرب الأسبانية الأمريكية فى سنة ١٨٩٨ ؛ ثم الحرب العالمية فى سنة ١٩١٧ ٠٠٠ حقا ، اننا شعب محب جدا للسلام !! ٠٠٠ ألسنا كذلك ؟ »(٣) ٠

كذلك نجد أن كتاب « كوينسى رايت »Quincy Wright المعنون : « دراسة عن الحرب » ليس متفائلا بالنسبة لا قامة سلام دائم ، فبعد

---

(١) Ibid, Pp. 189 - 190.

(٢) Encyclopaedia of The Social Sciences, vol. 2 (1930), P. 84.

(٣) Thomas A. Bailey, «A Diplomatic History of the American People» (third edition, New York: F. S. Crofts and Co., 1946).

دراسته لمعظم الآسباب التقليدية للحرب فى تفكير الشخص الأمريكى وغيره من « السلطات » الأخرى ، ينتهى الى أنه « بقــدر ما يصــل اليه الأفراد في دول العالم من تقدير لمصالحهم وارتباط بالمجتمع العالمى ، بقدر ما تخلق النظم المناسبة لأن يقوم المجتمع العالمى بوظائفه ، وانشاء قوة تمكنها من مواجهة مسئولياتها الخطيرة »(١) ٠

ويقول « موريس ، ر٠ ديفى » Maurice R. Davie فى كتابه المعنون « تطور الحرب » ما يلى : « ان مسألة ما اذا كانت الحرب ستتوقف يوما ما ، انما تعتمد فى التحليل الأخير على ما اذا كانت الوسيلة التى تحسم بها الخلافات الداخلية يمكن أن تمتد الى العلاقات بين الدول ، بحيث يسود السلام وتصبح الحرب مفارقة تاريخية لا تتفق مع روح العصر »(٢) ٠

ويقــول « ب٠ هـ٠ ليدليل هــارت » B. H. Liddell Hart ان الطريق الواضح الى السلام هو عن طريق انشاء ولايات متحدة فى العالم ، على أنه مادام التاريخ لا يشير الى تحقيق أى تقــدم فى الطريق الواضح ، فانه يجب أن يسبق نظام نزع السلاح فى العالم انشاء اتحاد عالمى ٠ وقبل تحقيق نزع السلاح هذا ، يجب أن يوضع قانون للأخلاق(٣) ٠

ويشير « الفرد فاجتس » Alfred Vagts بأنه اذا لم يكن هناك استرشاد محقق ومطلق يسترشد به المستقبل من الماضى ، فان هناك

---

(١) Quincy Wright, «A Study of War,» Chicago: University of Chicago Press, 1942, vol 2. P. 1351.

(٢) Maurice R. Davie, «The Evolution of War,» New Haven: Yalt University Press, 1929, P. 233.

(٣) B. H. Liddell Hart, «The Revolution in Warfare,» New Haven: Yale University Press, 1947, Pp. 118 - 119.

دروسا محددة ومحدودة ، يجب استيعابها ، من بينها « الحقيقـة المؤكدة المتمثلة فى أن سياسة القومية هى سياسة حربية ، مهما يكن جمال العبارات التى تصاغ بها »(١) .

ان قدرا كبيرا من الفلسفة القانونية يؤكد أن القانون يقوم على أساس الاجماع فى الرأى ، وأنه بغير تأييد الرأى العام لا يكون القانون . وفى مناقشة العلاقة بين القانون والسلام يردد « هانز كلسن » Hans Kelsen مطلبا قديما كان سائدا فى سنة ١٩٤٢ لهذا الوضع فيقول « من دراستنا لهيكل القانون الدولى فى ضوء ادراكنا للعلاقة الوثيقة التى تسود بين تطوره الفنى وبين سـير النظام الدولى ، تبرز نتيجة هى أن القوى التى تعمل لسلام العالم يجب ألا توجه الى أهداف لا يمكن بلوغها اليوم ازاء الحالة الحاضرة من العلاقات الدولية . ويجب ألا تبذل أية جهود نحو الاصلاح يكون مصيرها الفشل ، فمهما يكن حسن نية أنصار هذه الجهود والحكومات، فان الفشل يزيد من تسمم المناخ الدولى ، ويعرض للخطر فكرة السـلام ، وهى الأمل الوحيد لدينا لمستقبل أفضل للعالم ... فلنركز ونحشد طاقات أولئك الذين يؤيدون فكرة السلام لا نشاء محكمة دولية ذات تشريع ملزم ، وهكذا نعد المتطلبات التى لا غناء عنها لتحقيق أى تقدم جديد » (٢) .

---

(١) Alfred Vagts, «A History of Militarism,» New York, W. W. Norton and Co., 1937, P. 36.

(٢) Hans Kelsen, «Law and Peace in International Pelations,» Cambridge: Harvard University Press, 1942, P. 169.

وفى فترة « الحرب الباردة » بين أمريكا وروسيا ، كانت فرص السلام بعيدة بشكل خاص ، وفيما يلى صورة مقال ظهر فى الصفحة الأولى من جريدة « دنفر بوست » Denver Post فى آخر يوم من شهر فبراير سنة ١٩٤٨(١) :

« ان واحدا من كل خمسة من مواطنى « دنفر » يؤيدون ضرب روسيا بالقنابل الذرية فورا ، طبقا لاستفتاء أجراه مكتب البحوث لجريدة « دنفر بوست » .

وقد كان السؤال ونتيجته كما يلى :

« متى تؤيد استعمال القنبلة الذرية ضد روسيا ؟ … الآن ؟ أم حين نهاجم فقط ؟ أم لا تؤيد ذلك على الاطلاق ؟

الآن	١٨٪
حين نهاجم	٥٤٪
لا يؤيد مطلقا	٢٨٪

وقد فسر اثنان من أساتذة التحليل هما « وليام ماكفى » William McPhee و « ادوارد وتيلسى » Edward Whittlesey هذا الاحصاء بما يلى :

١ — أن روسيا لا تستطيع بحق أن تتهم غالبية الأمريكيين بأنهم دعاة حرب بامتلاكهم القنبلة الذرية ! .

---

(١) Denver Post (February 29, 1948: vol. 56. no. 211), Sec. I P. I.

٢ ـ هنا أقلية لها حجمها الكبير مستعدة لأن تصبح معتدية في حرب فورية ، اذا تدهورت العلاقات مع روسيا أكثر من ذلك ، واذا قام الدليل على أن روسيا تسيطر على العملية الذرية ، فان عاطفة الحرب ستقوى في هذه البلاد ٠

« على أن دعاة الحرب لا يشكلون قطاعا كبيرا من أية جماعة ، لكنهم موزعون على مختلف الجماعات : محاربين قدماء وغير محاربين ، متعلمين وغير متعلمين ، اغنياء وفقراء ، على أن النســاء أكثر اعتراضا على استعمال القنبلة الذرية من الرجال » ٠

(٢)

طرق السلام ، ونتائجها

يقول « ألبرت أنيشتين » Albert Einstein انه « طالما كانت هناك دول ذات سيادة تمتلك قوة كبيرة ، فالحرب لا مهرب منها » ٠ ويصور أحد علماء النفس الاجتماعي المسألة بقوله : « ان عالمي الأشياء العادية والأشياء القومية مختلفان ومتعارضان، ففي العالم الأول ننشد رفاهيتنا ، وفي العالم الثاني نضحي بها ، وهذان النوعان من الحياة متعارضان تعارضا مطلقا ، فنحن لا نستطيع أن ننشد رفاهيتنا ونضحي بأنفسنا وبمصالحنا في نفس الوقت ٠ وحين نفكر في العمل القومي (أو المقدس) فان شيئا ما في داخلنا يعارض الصراعات التي تنشأ من الخلط بين العالمين ، فالأحاديث القومية تتكون من المجاهرة بأن يكرس الانسان نفسه لأرض آبائه ، والحرص على ذلك ، والثناء على أرض الوطن ، وامتداح قصص أبطال أو قديسي القومية الذين ضحوا بأنفسهم في سبيل الوطن(١) ٠ ولما كان الأمر بالنسبة لنا ذا وجهين فنحن نختار أحدهما أولا ثم الآخر ثانيا ، فالحرب مسألة طبيعية كالسلم ، والسلم مسألة طبيعية كالحرب ٠

لكن عالمي الأشياء العادية والقومية بعيدان كل البعد عن أن يكون السبب الوحيد للحرب في الحضارة الغربية ٠ ويرى

(١) Frederick Creedy as quoted in Robert K. Merton, «Mass Persuasion», New York: Harper and Brothers, 1946, Pp. 45 - 46.

« جون ت. ماك كوردى » J. T. MacCurdy أحد أساتذة كليـة « كورباس كريستى » Corpus Christi ان الايمان بطبيعة الانسان الكونية قد أسهم بدوره فى الحرب فهو يقول(١) :

« ان معظم ما يقوم من سوء تفاهم شخصى أو من صراعات دولية انما ينشأ من أن كل انسان يصر على أن يفكر الغير كما يفكر هو . ومن أكثر الكليشيهات السيكولوجية الشائعة ضررا أن طبيعة الانسان واحدة فى كل مكان ، فلو كان صحيحا لمـا كانت هناك الا حالات طلاق قليلة وحالات حروب أقل . وقد يبدو أن النصف الأول من هذه العبارة أمر مبالغ فيه ، لكن شيئا من التأمل كفيل بتبريره بالنسبة للوقت الحاضر (فى أثناء الحرب العالمية الثانية) ، اننا رفضنا فى عناد أن نصدق أن الالمان قد أعدوا برنامجا ثانيا لغزو العالم ، وأنهم شعب مثلنا ، والالمـان ، من الناحية الأخرى ، اعتقدوا أننا منغمسون فى ملذاتنا فى الوقت الذى يستعدون هم فيـه للحرب ، وأنه لو كانت لنـا طبيعتهم وفلسفتهم لكان هـذا الـكسل يعنى التحلل ، وعلى ذلك فانهم اعتقادا منهم بأننا سنظل كسالى الى الأبد أو ننهار أمام الضربة الأولى ، كرسوا أنفسهم فى يقين وثقة لحرب عالمية ثانية » .

ان من جوانب فشل « القانون الدولى الحديث » أنه أغفل ايجاد أساس قانونى لمبدأ كراهية الحرب الذى أضافه الى ميدان الأخلاق وعلم الاجتمـاع(٢) . أما « جون باسيت مور » John Bassett Moore فيعطى نظرة متفائلة عن القانون الدولى فيقول :

---

(١) J. T. MacCurdy, «The Structure of Morale,» (New York: The Macmillan Co., 1943) P. 110.

(٢) H. Lauterracht, «The Function of Law in the International Community,» Oxford: Clarendun Press, 1933, P. 438.

« ان جروتيوس » Grotius وهو يستطلع تاريخ الانســان حاول أن يخفف من شرور نظام لم يستطع القضاء عليه ، وقد بارك الزمن اختياره المثمر، واسترشد من جاء بعده بطريقته(١).

وبالاضافة الى نظريات القانون الدولى وقوة التوازن ، هناك أيضا فكرة وتجربة الاستثناءات ، أى حماية المصالح الخاصة . فمثلا فى حالة « مبدأ مونرو » لم تدافع الولايات المتحدة عن تصرفاتها على أساس النفعية فحسب ، بل تمسكت أحيانا بالقول بأن ظروفا اضطرارية اقتضت فيها أن تفرض لنفسها قدرا من المسئولية عن حالة الحكومات فى أمريكا اللاتينية حتى تدافع عن نفسها ضد احتمال تدخل أجنبى فى تلك الدول مما يكون بدوره خطرا على سلامتها(٢) .

ويقول « هارولد م. فينيك » Harold M. Vinacke : « مع أن الوثائق الثلاث كانت كلها وثائق قانونية رائعة ، فان الملاحظ أن واحدة منها فقط هى التى عنيت بأخلاقيات الحرب » (٣) .

ان أول وثبة عظيمة حقا نحو سلام العالم جاءت مع عصبة الأمم ، وقد اقترح أحد الكتاب اجراء انتخابات شعبية لمندوبى العصبة بعد أن ظهر « أن من المؤكد أن الطريقة التقليدية لاختيار رجال يمارسون الشئون الدولية لم تحقق خيرا للعالم، ومن المؤكد أنه

---

(١) John Bassett Moore, «International Law and Some Current Illusions and Other Essays» New York: (The Macmillan Co., 1924,) P. 37.

(٢) Burleigh Cushing Rodick, «The Doctrine of Necessity in Interenational Law,» New York: Columbia University Press, 1928, P. 48.

(٣) Harold M. Vinacke, «International Organization,» (New York: F. S. Crofts and Co., 1934, P. 165.

ليس ثمة ضرر متوقع من تجربة هذه الطريقة »(١) . وعلى الرغم من أن العضبة لم ترسخ جذورها فى المثالية الكاملة فان المتفائلين فى العالم كله كانوا ينظرون اليها على أنها خطوة عظيمة الى الأمام . وبعد عشرة أعوام ، كانت النتيجة هى أن « عصبة الأمم أصبحت عبارة عن منظمة توفق وتنسق وتقترح وتصالح وتضع خططا ومعاهدات جديدة ، وتشرف على النشاطات الدولية العظيمة التى تقوم بها الدول ، وأن فائدتها تعتمد الى حد كبير على حسن النية والثقة التى توحى بها . ومن أفضل نتائجها فى هذا الصدد ، القضاء على الاحتكاكات القديمة بين الدول الكبرى والدول الصغرى ... » وختاما لعل أفضل طريقة لتلخيص عمل العصبة كله هو أن تقتبس كلمات « م. كوينونس ديليون » M. Quinones de Leon مندوب أسبانيا الذى أعلن فى العيد العاشر للعصبة الذى أحتفل به فى الانعقاد الثامن والخمسين للمجلس « بأن عصبة الأمم قد تحولت من فكرة عظيمة الى حقيقة عظيمة »(٢) .

ومن ثمار المثالية التى خلقت عصبة الأمم ، محكمة العدل الدولية(٣) الدائمة . وقد قضت المادة ٩٢ من ميثاق الأمم المتحدة بانشاء محكمة عدل دولية جديدة على أساس المحكمة الدائمة القديمة(٤).

---

(١) Horace Meyer Kallen, «The Leagne of Nations,» (Boston: Marshall Jones Co. 1918) P. 43.

(٢) Paul K. Walp, «Constitutional Develupment of the League of Nation,» Lexington; University of Kentucky 1931, Pp. 153 - 157.

(٣) Manley O. Hudson, «The Permanent Court of International Justice,» New York: The Mcmillan Co., 1934; and Edward Lindsey, «The International Court,» New York: Thomas Y. Crowell. Co. 1931.

(٤) Louis Dolivet, «The United Nations,» New York: Farrar, Straus and Co. 1947 (Pp. 78 - 79) .

ومن ثمار حسن النية الشبيهة بتلك التى أدت الى قيام عصبة الأمم ، تكونت الأمم المتحدة • وكانت الأمم المتحدة فى جملتها قضيبا هشا تعلقت به آمال السلام كما كانت عصبة الأمم، فالفيتو، بصفة خاصة ، لا يجعل منها أكثر من جمعية خطابه ، فمثلا حين عاد وزير الدولة « جيمس ف• بيرنز » James F. Byrnes من اجتماع وزراء الخارجية بموسكو فى ديسمبر سنة ١٩٤٥ ، كان عليه أن يؤكد لمجلس الشيوخ فى الولايات المتحدة سلطات لجنة الطاقة الذرية التابعة للأمم المتحدة ، فأعطى المستر « بيرنز » ثلاثة تأكيدات • أولها : أن اللجنة لا تستطيع أن ترغم الولايات المتحدة ولا أية حكومة أخرى على الادلاء ببيانات • والثانى : أن اللجنة لن تكون لها سلطة القيام بأى اجراء أكثر من مجرد التوصية لمجلس الأمن ، حيث يمكن حماية مصالح الولايات المتحدة عند كل خطوة بحق الفيتو • والثالث : أنه لن يجرى أى اتفاق بشأن الاشراف الدولى الا بموافقة مجلس الشيوخ أو الكونجرس وعن طريق معاهدة أو قرار(١) •

وقد حاولت عصبة الأمم أن تستند الى الرأى العام كما جاء فى تقرير سكرتارية العصبة (٢) :

« من الطبيعى أن يعتمد تقدم عصبة الأمم على الرأى العام •••

(١) Ernest Lindley, «Harnessing the Atom in Atomic Challenge,» New York Foreign Policy Association Bulletin No. 63, 1947, P. 29.

(٢) Secretariat of the League of Nations, «Ten Years of Warld Cooperation» (London: Hazell, Watson and Vincy, 1930) Pp. 398, 399 - 400.

« ان اعتماد دول العالم الحديث بعضها على بعض والفرص السانحة للمعرفة تجعل من الفهم الأوسع أمرا محتوما ، اذا كان لا بد أن يكون تدريجيا • وفى العمل على تفهم المسائل الدولية ، تلعب العصبة دورا هاما كنقطة محورية لتبادل الآراء وللكشف عن أرض مشتركة يمكن التقدم عليها •

« ولتنمية العصبة فى هذا الصدد ، ولتدعيم سلطتها الأدبية ، أى الاحترام الذى تستحقه فى عقول الناس ، هناك مطلبان بديلان واضحان هما أولا : يجب أن يكون الرأى العام قوة دافعة نحـو الأداء أو ثانيا : يجب أن يقتنع بعدالة الاجراءات أو الانجازات التى يطلب منه الحكم فيها • ان أحد هذين المطلبين يجب أن يتوافر، الا اذا كان الرأى العام غير مكترث • وليس الحال كذلك غالبا فى المسائل الكبرى، وان كان صحيحا أن تغييرات كبيرة تحدث ولا يحس بها أحد ••

« ان قوة الدفع التى يعطيها الرأى العام شىء بسيط نسبيا • واقناع الرأى العام وبخاصة على المستوى الدولى ، فى كثير من الدول ، مسألة مختلفة • فلو أن شعوب الدول المختلفة أظهرت رغبة قوية لحكوماتها على أن تتبع سياسة ما ، فلن يكون من الصعب على حكومات تلك الدول أن تفعل ذلك • ولكن اذا كانت الحكومات ، بالتشاور فى العصبة ، تتبع خطة سياسية غير مألوفة وغير مرغوب فيها ، من شعوب تلك الدول ، فان هذه الحكومات تجد صعوبة فى كسب تأييد شعوبها داخل بلادها • ان الحكومة التى تكسب تأييد شعبها قد لا تكون لها الا صورة ضعيفة فى المؤتمر الدولى ، كما أن الحـكومة التى تلقى التصفيق على آرائهـا الدولية المستنيرة فى الخارج ، قد لا تكسب تأييـد الشعب فى داخلها • ان سياستهـا وادراكها لما يريده الرأى العام فى بلادها ، وللوسيلة التى يمكنها

اقناعه بها أو بما هو مستعد للاقتناع به ، يشــكل مساهمتها فى التعاون الدولى بصورة أو أخرى • فعصبة الأمم بالنسبة لكل دولة على الرغم من اختلاف المقاصد والأهداف ، هى حكومة تلك الدولة مسترشدة برأيها العام أو قائدة له • »

وقد انتهى « هانز مورجنتو » Hans Morgenthau بعد تحليل رائع للرأى العام العالمى الى نتــائج تجعل السلام العالمى يبــدو مستحيلا ، فهو يبدأ بأن يشرح كيف أن الرأى العام كان يعتمد عليه كتأييد رئيسى بالنسبة لعصبة الامم ، ومحكمة العدل الدولية، وميثاق بريان ــ كيلوج ــ Briand - kellogg Pact ــ والقانون الدولى بصفة عامة ، ثم يذكر أنه فى تقرير نشر فى سنة ١٩٤٧ تحت عنوان « الأمن فى ظل الأمم المتحدة » جاء أن اللجنة الخاصة بدراسة منظمة السلام أعلنت ما يلى : « اننا نحتكم الى رأى عام عالمى لتأييد الأمم المتحدة •• على الأقل الى حد تعبئة الرأى العام الذى يحدد ــ فى التحليل الأخير ــ توازن القوى الدولية » ثم يقول « مورجنتو » : « ان علينا أن نسأل سؤالين : الأول هو ماذا نعنى حين نتكلم عن الرأى العام العالمى ؟ ، والثانى هو كيف يعرب هذا الرأى العام العالمى عن نفسه فى ظل الظروف الادبية والاجتماعية السائدة فى منتصف القرن العشرين ؟ »(١) •

ويرى « مورجنتو » فى تحليله سالف الذكر ، أن الرأى العام الصحيح يجب، ليكون فعالا ، أن يفرض ارادته عن طريق العقوبات

---

(١) Hans J. Morgenthau, «Politics Among Nations,» New York: Alfred A. Knopf, 1948, Pp. 197 - 198.

الفورية على أى حكومة متمردة لا تحترم رأى الجماعة . فمثل هذا الرأى العام لا بد أن يعلو بصرف النظر عن الوضع القومى ، لكن « التاريخ الحديث لم يسجل أن حكومة واحدة خافت من سياسة دولية معينة عن طريق اجراء فورى من الرأى العام الدولى » . فمحاولات تعبئة الرأى العام العالمى مثلا ضد الاعتداء اليابانى على الصين منذ سنة ١٩٣١ ، أو السياسة النازية الخارجية منذ سنة ١٩٣٥ ، أو الهجوم الايطالى على الحبشة فى سنة ١٩٣٦ ، كانت كلها محاولات فاشلة(١) .

وفى اعتقاد « موزرجنتو » أنه كلما ظهر تهديد مادى للسلام فان الحرب لا تجد معارضة من رأى عام عالمى ، ولكن من الرأى العام فى الدول التى تتهدد مصالحها من جراء تلك الحرب . ثم يقول : « نستخلص من ذلك أنه من العبث الواضح أن نقيم آمالنا فى المحافظة على السلام فى العالم ، على رأى عام عالمى لا يوجد الا كعاطفة عامة ، لا كمصدر للعمل قادر على منع التهديد بالحرب ».

« وكلما تعمقنا فى البحث تحت سطح العبارات الشائعة ، وجدنا أنه لا يوجد رأى عام عالمى يكبح السياسات الدولية التى تتبعها الحكومات القومية . وحين تلجأ دولة الى الرأى العام العالمى ، أو الى الضمير الانسانى لتؤكد لنفسها ولدول العالم الاخرى أن سياساتها تتفق مع الاوضاع المستقرة التى يؤيدها الناس فى كل مكان ، فان هذه الدولة لا تلجأ الى شىء حقيقى ، بل تستسلم لاتجاه عام .. انها تتمسك بمفهوم قومى معين عن الاخلاق ، وباحترام

---

(١) Ibid, P. 108.

القوانين العالمية التى تربط البشر جميعا · ان ما يســود كل الأطراف المتنازعة من ثقة بأنها مؤيدة من الرأى العــام العالمى بالنسبة لنفس الخلاف ، كفيل بأن يبرز عدم منطقية مثل هــذا الاحتكام(١) » ·

ذلك أن الرأى العام ، فى الحضارة الغربية ، قد تكيف على قبول دورة الحرب والســلام كما يتقبل البشر مقدم الفصــول وذهابها · وليس ثمة ما يدل على أن تقبل الناس للحرب والسلام قد تغير من جراء الاحداث ، حتى تلك الاحداث الكبرى كاستكشاف الطاقة الذرية واستعمال القنبلة الذرية(٢) ·

---

(١) Ibid, P. 198.

(٢) Thomas A. Bailey, «The Man in the Street-The Impact of American Public Opinion on Foreign Policy,» New York: The MaCmillan Co., 1948.

(٣)

الحرب النفسية ، فى السلم والحرب

« تشن الحرب النفسية قبل الحرب الساخنة وأثناءها وبعدها ، وهى تبدأ قبل اعلان الحرب بوقت طويل ، وتستمر بعد أن يتوقف العداء العلنى » • ويتجنب العدو غالبا أن يكشف عن نفسه فى الحرب النفسية، بل يظل معظم الوقت متخفيا وراء «صوت الوطن»، أو « صوت الله » أو « صوت الكنيسة » ، أو صوت الصحافة الصديقة ، ومثير الحرب النفسية انما يحارب الأعداء الذين لا يستطيعون الرد عليه ــ المستمعين للعدو ــ لكنه لا يمكنه أن يحارب العدو الوحيد الذى يقف أمامه وجها لوجه • وبالنظر الى أن مثير الحرب النفسية سريع الى تلقى الهجوم ، فانه لا يهمه عامل النجاح ولا عامل الفشل « وتخطط الاستراتيجية السيكولوجية على طول حافة ذعر عظيم » •

وبهذه العبارات يبدأ « بول م•م• لاينبراجر » Paul M. A. Linebrager كتابه عن الحرب النفسية الذى نشر فى سنة ١٩٤٨ (١) •

ويضع الكتاب سياسة توجيهية لاختيار الأفراد للعمل فى مختلف الفروع الحكومية المعنية بالحرب النفسية ؛ فالفرد يجب أن يكون لديه ما يلى :

---

(١) Paul M. A. Linebrager, «Psychological Warfare», Washington: Infantry Journal Press, 1948, P. 1.

أولا : معرفة كافية بطرق وسياسة العمل فى الحكومة .

ثانيا : معرفة كافية بالاجراءات العسكرية والبحرية وبعمليات القيادة .

ثالثا : معرفة فنية بوسائل الاعلام وما يتصل بها .

رابعا : الفهم الدقيق لمنطقة ما ، على أساس تجربة ميدانية .

خامسا : فهم مهنى وعلمى لعلم النفس ، والانثروبولوجيا ، وعلم الاجتماع ، والتاريخ ، والعلوم السياسية أو أى مجال مماثل آخر(١) .

ثم يعلق « لاينبراجر » فى سخرية بالقول بأن الشخص الذى يتشدق بأن هذه المؤهلات الخمسة تتوافر فيه انما هو شخص كاذب أو عبقرى أو الاثنان معا !!

ويقول « لاينبراجر » أننا تعلمنا من الحرب العالمية الثانية ثلاثة دروس رئيسية هى :

أولا : أن الحرب النفسية هى دالة السيطرة .

ثانيا : أن الدعاية للشر تنبت الشر .

ثالثا : أن الدول لا تنشىء أفرادا للحرب النفسية فى وقت السلم ، فاذا اقتضت الحاجة اليهم مرة أخرى فيجب تدريبهم خصيصا ومقدما(٢) .

---

(١) Ibid, Pp. 99, 101.

(٢) Ibid, Pp. 98 - 99.

ويؤكد « لاينبراجر » أنه اذا نشبت حرب عالمية ثالثة واستخدمت فيها الأسلحة المدمرة الكبرى . فان الحرب النفسية سوف تستخدم فى أعمال غريبة .

ثم يقول ان الحقيقة المذهلة فى الحرب العالمية الثانية هى أنها أظهرت للرجل العادى فى كل شعوب العالم أنه سيساق كارها أو راضيا الى الموت ان لم يمت فورا . على أنه اذا دمرت القنابل المدن والحضارة تدميرا يجعل العسكريين أنفسهم يعرفون أن العالم القديم قد ضاع ، فان الحرب ستخلق فوضى مسلحة . وحين يضيع معنى الولاء فلن يحارب انسان ، وفى هذه الحالة تصبح رسالة الحرب النفسية هى اغراء جنود الدول التى دمرت بأن بلادهم ما تزال موجودة ، وأنهم بالرغم من تعرضهم للموت يجب ألا يموتوا الا فى سبيل هدف(١) .

فاذا كان لا بد من تهدئة الحرب النفسية ، فالواجب أن يكون ذلك على أساس من الواقع . ويعتقد « لاينبراجر » أن أكثر الناس أمية سيغير رأيه اذا رأى الأمور تسير على نقيض ايمانه أو رأيه السابق . كذلك يقول : « ان جوهر السلام هو أن يحدث تغيير الفعل على هذا النحو بعمليات طبيعية وفردية فى العالم كله ، وأن يقل سلطان الدعاية الى أقل حد ممكن .. ولو استطاع الأفراد العاديون أن ينتقلوا من دولة الى أخرى ويعودوا الى أوطانهم يروون ما رأوه فى الخارج ويفضون بما يشاءون من حقائق أو أكاذيب عن أنفسهم للأجانب ، لكان من الصعب على أى جهاز للدعاية أن يمضى فى حرب التخويف .. وحرب التخويف عن طريق القول « بأنهم سيضربوننا أولا وقبل كل شىء » ، هى النوع الوحيد العملى من الناحية السياسية فى عصرنا هذا(٢) » .

---

(١) Ibid, P. 251.

(٢) Ibid, P. 246.

ففى الحرب العالمية الثانية تجاوز الصينيون كل الحدود فى الدعاية للحرب ، ففى حالات كثيرة تحدثوا فعلا الى اليابانيين حتى يخرجوهم من الحرب ، وتضمنت أساليبهم معاملة الأسرى اليابانيين معاملة حسنة جدا ، وغرسوا فيهم أفكارا عن حرية اليابان . وكان الصينيون يأخذون هؤلاء الاسرى اليابانيين الى خطوط الجبهة ويطلبون اليهم التحدث الى الحراس اليابانيين فى مواقعهم الحصينة، وكان هذا الحديث يشكل نقطة قوية الى جانب الصينيين . وبعد أن عرف الصينيون أسماء عاملى التليفون فى الميدان اليابانى ، كان الصينيون يدخلون فى الخط لمناقشتهم فى السياسة(١) .

وفى أثناء المراحل الأولى من الحرب العالمية الثانية حين كان يبدو أن النازيين لا يقهرون ، كانت نفس عبارة «الحرب النفسية» كافية لاثارة الخوف . ويمكن الوقوف على وقع هذه الفترة ، من كتاب « الحرب النفسية الألمانية »(٢) الذى نشر فى سنة ١٩٤١ وأعيد نشره فى سنة ١٩٤٢ ، فهو بعد أن تأثر التأثر الصحيح ببعض جوانب برنامج الدعاية النازية ينقد الدعاية الأمريكية من زاوية هامة .

هناك عدة مجالات لا تخص الحرب النفسية بصورة مباشرة لكنها مع ذلك ترتبط بها ارتباطا وثيقا . فكتاب «نورمان ك. ميير» Normal C. Meier عن « النفسية العسكرية » له قيمته الكبيرة فى تحديد المدخل العادى الى نظرة الجندى . ثم ان كتاب « جورج

---

(١) Ibid, P. 106.

(٢) Ladislas Farago (editor), «German Psychological Warfare», New York: G. P. Putnam's Sons, 1941, revised edition, 1942.

فيلدنج ايليوت » George Fiéding Eliot المعنــون « الســور الذى نرقبه »(١) • به فصل رائع عن «السياسة العسكرية والرأىالعام» ، وسخط الجندى المحترف على الرأى العام الذى يبدو أحيانا وكأنه يقطف الزهور التى قد تكون موجودة فى حقول كراهية الحرب ، فى ذلك الوقت بالذات •

والانعزالية هى وعى الكثيرين بأنهم لا يستطيعون أن يفهموا ولا أن يؤثروا بأى قدر فى النظام الاجتماعى الذى يعيشون فيه •

« فالرجل العــادى يشعر بأهميته فى عالم تسيطر فيه ، على الأحداث ، المهارات التخصصية التى تغير شكل حياته فى أى لحظة • وهذا الشــعور بالأهمية يضفى على الوقائع السياسية شــيئا من متانة وصــلابة الأحــداث الطبيعية كالجو أو الزوابع التى تأتى وتذهب • وينشأ عن هذا الشعور موقفان ، أحدهما أن الانسان لا يتساءل عن أسباب الأحداث التى يراها فى هذا الوضع ، والثانى أن الانسان لا يتساءل عن ناحيتها الخلقية »(٢) •

ففى الدول الديمقراطية ، يفترض أن القائد يمعن النظر فى الموقف القائم ، ويتأمل فى المستقبل • على أنه فى الوقت الذى يعتمد فيه مستمع الدعاية على رجل الدعاية لاداء هذه الوظائف ، فان الأول يظل يحتفظ بموقف المنتقــد من الثانى ، وعلى ذلك فالدعاية الديمقراطية مجهزة تجهيزا أفضل للتعامل مع الانعزالية

---

(١) George Fielding Eliot, «The Ramparts We Watch,» New York: Reynal and Hitchcock, 1938.

(٢) Ernst Kris and Nathan Leites, «Trends in Twentieth Century Propaganda» in Geza Roheim (editor), «Psychoanalysis and the Social Sciences» (New York: International Universities Press, 1947) P. 401.

والتشكك . أما فى الأنظمـة الدكتاتورية ، فالثغرة بين الجمهور والأخـلاق الشـخصية تخلق مشكلة أشـد خطورة منهـا فى الدول الديمقراطية .

ان دور رجل الدعاية فى رأى « كريس » ـ Ernst Kris ـ و « ليتز » ـ Nathan Leites دور مزدوج ، اذ يجب عليه أولا أن ينشىء الموقف بصورة يمكن تأملها وفهمها ، ويجب عليه ثانيا أن يظهر هو نفسه بمظهر مثـالى ، وبهذه المناسـبة نذكر أن جهود « تشرشل » ـ Churchill ـأثناء ربيع سنة ١٩٤٠ اعتبرت نموذجا محددا وصلت فيه الدعاية الديمقراطية الى أعظم نجاح لها(١) .

ويبدو فى الوقت الحاضر أن الحرب النفسية قد أزالت سطح الدوافع الانسانية لما قد يكون أسبابا مرغوبا فيها ، فاذا كان لا بد من الجمع بين ما هو معقول وبين ما هو غير معقول لتجنب الدمار ، فان الدعاية ستبلغ فى يوم ما مركزا لم يحققه التعليم الذى يكرس كله لما هـو معقول ؛ ويحتمل أن يتغير اسـم الحرب النفسـية الى تسميتها : « اعلان السلام النفسى » .

---

(١) Ibid, Pp. 405 - 407.

(٤)

مثـــال تطبيقى

عندما دخلت الولايات المتحدة الأمريكية الحرب العالمية الثانية ضد دول المحور ، أصدر « ايلمر ديفيز » Elmer Davis في ٢٠ يوليه ســنة ١٩٤٢ ، أى بعــد وقت قصير من انشـــاء « مكتب الاستعلامات الخاص بالحرب » ، بيانا جاء فيه ما يلى :

« ان هذه الحرب هى حرب شعب ، ولكى نكسبهــا يجب أن نعرف أقصى ما يمكن معرفته عنها ، وسيبذل هذا المكتب جهده فى أن يقول الصــدق ولا شيء غير الصــدق سواء فى داخل البــلاد أو خارجها .

« أما المعلومات العسكرية التى قد تساعد العدو فيجب الامتناع عن نشرها ، ومع ذلك سنحاول فى حــدود هذا القيــد أن نعطى للشعب صورة كاملة واضحة .

« ان مكتب استعلامات الحرب لا يريد أن يوصد ، ولن يوصد سياسة الباب المفتوح التى سادت دائما علاقة الحكومة بالصحافة والاذاعة وغيرهما من وسائل الاعلام . على أن الأمل يراودنا فى أننا ستستطيع أن نضع حدا للبيانات المتضاربة التى تشوش عقل الجمهور . واعتقادى أن ذلك ممكن اذا أعطينا الحقيقة الكاملة بأسرع ما يمكن للجمهور ، وبمحاولة وضع الاجراءات التى تكفل لكل الهيئــات المختلفة أن تصــل الى اتفــاق قبل أن تنشر أية بيانات .

« انكم تفهمون الحالة ، لكن عليكم أن تتأكدوا من اذاعتها بالصورة المفهومة » •

وهكذا أنشىء مكتب استعلامات الحرب ، وتحددت الطريقة التى يعمل بها •

وفيما يلى صورة موجزة للهيكل التنظيمى لهذا المكتب ، نوردها كمجرد مثال تطبيقى للطريقة التى تعمل بها الجبهة الداخلية فى أثناء الحرب •

* * *

يتكون فرع العمليات المحلية لمكتب استعلامات الحرب من مكتب المدير (ويتضمن الوكلاء ومدير برامج الحرب ، ووحدة لجنة الاتصال بين جهات النشر ، ووحدة الترخيص بالنشر ، وستة مكاتب • ويتلخص عمل المكاتب فيما يلى :

١ ـ مكتب الكتب والمجلات : وهو المكتب المركزى للترخيص بالنشر ، وجهة الاتصال بين الحكومة وبين الكتب والمجلات ، وبه مرشد حربى للمجلات يخطر محررى المجلات والكتاب والأدباء بالموضوعات الهامة للحكومة ، ويزودهم بمعلومات تتمشى مع برامج الحكومة • ولا يقوم هذا المكتب بكتابة مقالات كاملة ، لكنه يقوم بأى شيء دون ذلك، ويلقى ناشرو الكتب والمؤلفون ووكلاؤهم عناية تامة من المكتب فى هذا الصدد •

٢ ـ مكتب الخرائط : ويصدر كافة اللوحات والمواد البيانية التى تصدرها الحكومة عن شتى أوجه النشاط الاقتصادى والاجتماعى والصناعى •

٣ ـ مكتب السينما : وهو المنفذ الرسمي بين الحكومة وصناعة السينما بالنسبة لأفلام الاعلام سواء كانت مما يعرض في دور السينما أو غير ذلك • ولا ينتج المكتب أفلاما بنفسه ، فاذا رأى أن يفعل ذلك طلب من لجنة النشاط الحربي الخاصة بصناعة السينما أن ترتب أمر انتاج أشرطة أو اذن بنشر أو توزيع أو عرض الأفلام في أكثر من ١٦ر٠٠٠ دار للعرض في طول البلاد وعرضها •

٤ ـ مكتب الأخبار : ويباشر كل مراحل أخبار الحرب ، فالأخبار المصرح بنشرها تكتب وتوزع على اتحادات الصحف وشبكات الراديو وغيرها من وسائل الاعلام ، وكذلك للوسائل المتخصصة التي تختص بقطاعات معينة من الشعب كالريفيين والزنوج والعمال والتجار والأجانب •

٥ ـ مكتب الاذاعة : ويتولى المراجعة والترخيص واعتماد كل برامج الاذاعة المقترحة التي تشرف عليها الحكومة الفيدرالية .

٦ ـ مكتب الخدمات الخاصة وينقسم الى ثلاثة أقسام هي : قسم البحوث ويضم جماعة جمع الحقائق لمكتب استعلامات الحرب ، وقسم التحريات الصحفية ويقوم بجمع قصاصات من الصحف لمكتب استعلامات الحرب وللمصالح والهيئات الفيدرالية ولأعضاء الكونجرس ، وقسم استعلامات الجمهور ويتولى خدمات الاعلام المركزية المتاحة للحكومة وللجمهور ، ويقوم بتوجيه الاستعلامات الى الفروع الحكومية المختصة بها •

هذا ويتولى مكتب تسهيلات الاتصال الاشراف على شبكة اتصالات عالمية لنقل « صوت أمريكا(١) » بالراديو ، والمواد المعدة بالبرق وباللاسلكى الى كل هدف اذاعى هام فى العالم • ويتولى المكتب أيضا تشغيل شبكة عالمية لنقل واستقبال الصور بالراديو •

أما مكتب نيويورك ، فهو مسئول عن عمليات ما وراء البحار ، التى تتصل باعداد وتوزيع المواد على كل وسائل الاعلام الا الاذاعة الموجهة للشرق الأقصى ، وله أربعة مكاتب رئيسية هى :

١ ـ مكتب برامج الاذاعة : وهو مسئول عن اعداد وانتاج برامج الموجة القصيرة المذاعة على منطقة الأطلنطى ، وترجمة كل المطبوعات الأجنبية ، بما فى ذلك ترجمة الأفلام السينمائية والمقالات والتحقيقات الصحفية لتزويد محطات الاذاعة المتوسطة الموجهة ، فى الدول الأجنبية ، بالبرامج والتسجيلات • وكانت تجرى ٥٠٠ر١ اذاعة أسبوعيا بحوالى عشرين لغة مختلفة •

٢ ـ مكتب المطبوعات لما وراء البحار : وهو يعد وينتج مواد مطبوعة من كل الأنواع لنشرها فى البلاد المتحالفة والمحايدة •

٣ ـ مكتب السينما لما وراء البحار : وهو يتولى توزيع كل الأفلام فى الخارج ، الى جانب انتاج أشرطة أخبار وأفلام تسجيلية ، بوسائل انتاجه الخاصة وباتفاقات تعاقدية مع شركات صناعة السينما • وكانت الأفلام تعد بحوالى ٢٥ لغة •

(١) Leister Markel (editor), «Public Opinion and Foreign Policy,» New York: Harper and Brothers, 1949. Also, W. Phillips Davison, «Voice of America,» Pp. 156 - 179.

٤ ـ مكتب الأخبار والأفلام : وهو يزود بالأخبار والصور ، كل المواقع التى وراء البحار ٠

وأما مكتب سان فرنسسكو ، فهو المركز الرئيسى لعمليات الاذاعة على المحيط الهادى . وكانت كل أنواع الاذاعات على الموجتين القصيرة والمتوسطة توجه الى الصين واليابان والفلبين وغير ذلك من المنـاطق ٠

وكان العمل يسـير فى تعاون وثيق بين مكتب استعلامات الحرب وبين مكتب الرقيب الذى كان يرأسه « بيرون برايس » Byron Price ٠

* * *

ويثور التساؤل التالى : الى أى مدى استفاد الرأى العام من وسائل الاعلام ؟

نذكر هنا ما قاله « جون ديوى » ـ John Dewey ـ فقد يكون قوله هذا اجابة على السؤال : « ان عادات تكوين الرأى هى أعنف العادات وأصلبها عودا ، فهى تصبح طبيعة ثانية ، فاذا افترضنا أننا قذفنا بها من النافذة فانها تزحف الينا ثانية متلصصة كما تزحف الطبيعة الأولى ، واذا عدلناها فان التغيير يكشف عن نفسه أولا بصورة سالبة فى تفكك معتقداتنا ، لتحل محلها آراء عائمة ، طائرة ، مخطوفة عرضا من هنا وهناك ٠ صحيح أنه حدثت زيادة ضخمة فى مقدار المعرفة التى اكتسبها الانسان ، لكن هذه الزيادة قد لا تعدل الزيادة التى حدثت فى مقدار الأخطاء وأنصاف الحقائق التى تداولت بين النـاس ٠٠ وفى المسـائل الاجتماعية والانسانية بصفة خاصة ، كان نمو الشعور بالنقد وأساليب الحكم

غير المتميز أبطأ من نمو الأعلام غير المسئول ، ومن نمو الدوافع لتشويه الحقائق قصدا(١) » ٠

ويقول « ديوى » أيضا أن من جوانب الفشل الرئيسية للرأى العام أنه ليس فى عمل مستمر والرأى العام حتى اذا حدث وكان صحيحا هو رأى متقطع ما لم يكن ثمرة طرق بحث تقدر وتعمل باستمرار ٠ فهو لا يظهر الا فى الأزمات ، وهكذا فان صوابه لا يعنى الا بظرف طارىء ٠ وعدم استمراره بجعله خطأ من ناحية سير الأحداث ، فهو كطبيب يستطيع أن يعالج فورا أعراض مرض طارىء لكنه لا يستطيع أن يوائم بين علاجه وبين الظروف التى أدت الى أعراض المرض ، فهو يعالج الأعراض ــ أى يجعل الأعراض المزعجة تختفى ــ لكنه لا يمنع أسباب المرض(٢) ٠

والرأى العام الذى لا يمكن تعبئته الا فى المواقف المتأزمة ، ليس الا قضيبا هشا من الغاب لا يصلح لمحاولة بناء أية سياسة فوقه ، ومع ذلك فانه بعد فترة الحرب العالمية الثانية ، استنجد بالرأى العام بصورة لم يسبق لها مثيل ٠ ومما يميز هذه الفترة تمييزا خاصا ، الاحتكام الى الرأى العام فى مسائل يفتقر معظم الناس الى القدرة على تكوين أحكام فيها ٠

ومهما يكن من افتقار الرأى العام الى القدرة على العمل ، فقد احتكم اليه باعتباره الفيصل الأخير فى حكم العالم والسياسة الذرية ، وتنظيم القوات المسلحة ، والانتاج الزراعى وقيوده ، والعمالة وآلاف أخرى من المسائل ، هذا مع أن الرأى العام الذى احتكم اليه لم يكن يتوافر فيه الجهاز القادر الفعال ٠

---

(١) Ibid, Pp. 162 - 163.

(٢) Ibid, P. 178.

الفصل السادس

قياس الرأى العام

أولا ـ مفهوم « قياس الرأى العام » قديما وحديثا

(١)

مبررات قياس الرأى العام

قال « ابراهام لنكولن » ذات مرة « ان ما أريد أن يتم هو ما يريده الناس أن يتم ٠٠٠ والسؤال فى نظرى هو كيف أعرف ما يريدونه على وجه الدقة »(١) ٠ ولقد واجه هذا السؤال المحير كل حاكم فى التاريخ ؛ فالقصص الشعبى فى كل دولة يشمل قصصا عن حكام « ممتـازين » نجحوا فى سـد الثغرة فيما بينهم وبين رعاياهم ٠ فالملوك الذين كانوا يتجولون متخفين بين رعاياهم ، يردون المظالم ، ويصححون أخطاء ولاتهم ، شخصيات أسطورية مألوفة ٠ ويشهد وجود هذه القصص ، فى كل مكان ، بأهميـة تحقيق رغبـات الشعب وآماله فى مجالس القابضـين على زمام الحكم(٢) ٠

(١) Burns and Peltason.

(٢) David B. Truman, «Public opinion Research as a Tool of Public Administration.

والواقع أنه مهما يكن شكل الحكم ، فهناك علاقة صريحة أو ضمنية بين ما يفكر الناس فيه وبين ما تفعله الحكومة ، فليست الحكومات المحبوبة من الشعب هي وحدها التي تستند على ارادة الشعب ، بل يصدق ذلك على كل الحكومات ، اذا نظرنا اليها على مدى فترة زمنية طويلة نسبيا • فليس من المحتمل أن تعمر حكومة ما طويلا اذا عارض الشعب سياساتها فعلا ، ووقف في وجه من ينفذون هذه السياسات ، فالسؤال اذن هو : كيف يعرف المسئولون عن الحكم ما يفكر الشعب فيه ؟ •

من هنا يبدأ دور الاستفتاء الاستطلاعي واستطلاع الرأى العام ، ولقد طرأ كثير من التقدم على قياس الرأي العام منذ أن كتب « مونتاني » Montaigne في القرن السادس عشر يقول ان الرأى حزب قوى جرىء لا يمكن قياسه(١) • ولقد أوضح «فرانسز ولسون Francis Wilson ذلك بقوله: «ان ظهور دراسة الرأى العام كان نتيجة واضحة لأوقات عصيبة في القرن الماضى ••• لقد نتج عن فترة انتظمت فيها الشعوب في كل واحد للتعبير عن مطالبها السياسية ، وأصبح رأى الجماهير يعرف على أنه قوة طاغية في وجه الحكومات • وفى حوالى منتصف القرن التاسع عشر ، أصبح استطلاع طبيعة الرأى العام في شتى أنحاء العالم الشغل الشاغل لرجال الصحافة ولزعماء السياسة في أحاديثهم ، وللعلماء والمفكرين ، الذين أحسوا أن ثمة قواعد جديدة للسلوك والنظام على وشك أن تتخلق(٢) •

---

(١) Clarence Schettler, «Public opinion in American Societ»

(٢) Francis Graham Wilson, «A Theory of Public opinion.»

وحيث يكون المجتمع معقدا ، يصعب على المسئولين عن الحكم أن يتصلوا بالشعب اتصالا مباشرا ، وقد وضعت عدة اجراءات تسد هذه الثغرة ، فاستخدم المسئولون مثلا وسائل وسيطة لسد الثغرة بينهم وبين الشعب. وشرح «ديفيد ترومان» David B. Truman بعض هذه المحاولات بقوله : « ان المسئولين عن الحكم يتبعون نقس اتجاهات الرأى في الصحف اليومية ، فهم يطلعون على رسائل الشكاوى والمقترحات والتأييدات التى تنهال كل يوم على مكاتبهم ، ويصغون لأقوال مستشاريهم الذين يثقون بهم ، كما يصغون أيضا لأعضاء الهيئات التشريعية وممثلى أصحاب المصالح الخاصة ، وأخيرا يتمسكون بآرائهم اعتقادا منهم بأنهم ، وقد نشأوا من الشعب ، يعرفون ما يريده الشعب »(١) .

غير أن « ترومان » David B. Truman يحذر من الاعتماد على هذا الخليط المشوش من البيانات الجزئية والتقريبية فى السياسات الادارية الكبرى ، « فهى وان تكن كافية لبعض الأغراض ، قاصرة بصورة واضحة في حالات كثيرة ، خصوصا فى أوقات الطوارىء الشديدة »(٢) ؛ ومن ثم يؤكد « ترومان » الحاجة الى البيانات الدقيقة عن تكرر وشدة المشاعر والآراء . وبعبارة أخرى ، يمكن القول انه يجب على الحاكمين أن تكون لديهم صورة غير مشوهة عن المجتمع ، وذلك باستعمال بحوث الرأى العام ، ذلك أن البحث ليس شيئا منفصلا عن عملية وضع القرارات ، بل هو جزء من العملية ، سواء استخدم المرء الآراء المتجمعة داخل جهازه العصبى وهى ما نسميه « الخبرة » ، أو ذهب الباحث الى الميدان يستقصى ويقيم ، فالبحث المنظم للرأى يستخدم دائما بنجاح أكبر كجزء مكمل من

---

(١) Truman, p. cit., P. 62.

(٢) Ibid.

برنامج تخطيطى مستمر ، لا كأداة تستخدم مرة واحدة لمواجهة حالة طارئة (١) .

ولقد نشأ استطلاع الرأى العام كجزء من دراسة أوسع لكل ما يتصل بالسلوك الانسانى وأدى استخدام أساليب سيكولوجية ورياضية فى قياس المشاعر والآراء الى نشوء آليات استطلاع الرأى العام ، أى أن الرأى العام يمكن قياسه حيث يوجد ـ سواء بصفة دائمة أو متقلبة ـ حول المسائل المتنازع عليها . كذلك وضعت أساليب جديدة لقياس الرأى العام ، لتزويد الحكومات ببيانات دقيقة عن المواطنين لوضع سياساتها . وقد لاحظ « هنرى والاس » Henry A. Wallace « أن فهم المواطنين ورأيهم حول السياسات الحكومية ضروريان للعملية الادارية تماما ، شأنه فى ذلك شأن وضع الميزانية وشئون الموظفين »(٢) .

فاستطلاع الرأى العام، اذن، ليس هدفا فى حد ذاته، بل هو أداة لجمع معلومات عن مجتمع تشغل فيه الحكومة المركز الرئيسى بين المؤسسات ، وتنفصل فيه نقط القرارات عن المواطنين نتيجة للبيروقراطية التى لا بد منها(٣) . ويقول « جوليان وودوارد » Julian L. Woodward ان الحكومة « يجب عليها أن تدخل ميدان استطلاع الرأى ، وأن تزود المسئولين فيها وأعضاء هيئاتها التشريعية ببيانات صحيحة وسليمة حول ما يفكر الجمهور فيه ، فان هذا النوع من البيانات أصبح لا يقل فى ضرورته عن بيانات التعداد مثلا »(٤) .

---

(١) Encyclopedia of Management, P. 784.

(٢) Henry A. Wallace and James L. MeCamy, «Straw Polls and Public Administration.»

(٣) Truman, op. cit., P. 71.

(٤) Julian L. Woodward, «Public opinion as an Aid to Democracy».

لهذا ، فان بحوث الرأى العام تشكل اجراء يستهدف جمع حقائق عن اعلام الجمهور ومشاعره؛ ذلك ان استطلاع الرأى العام قد أصبح طريقة من الطرق القليلة الممكنة للحصول على بيانات عن المواطنين ، وهى بيانات ذات أهمية بالغة للحكومات سواء كانت ديموقراطية أو ديكتاتورية ، ففى المجتمعات الديموقراطية مثلا تعتبر معرفة آراء الناس وأفعالهم هامة « لاشراك الجمهور فى العملية الادارية »(١) . كما أن حكام الدول الديكتاتورية ـ شانهم فى ذلك شأن حكام الدول الديموقراطية سواء بسواء ـ يهتمون بمشاعر رعاياهم وبأعمالهم وأنشطتهم ، فخلق الرضا عن الحكام قد يتم عن طريق قوانين واجراءات بوليسية ، ولكن هذا الرضا المفروض بالقوة ، يصعب على أى حال ، الاحتفاظ به فى الظروف المعاصرة .

وهكذا يتضح أن استطلاع الرأى العام أداة ـ كغيرها من الأدوات ـ يمكن استعمالها فى سبيل الخير والشر على السواء . فالحكام يستطيعون أن يتلاعبوا بالاستفتاءات على نحو يخدم أغراضهم ، ويمكن أيضا استخدامها لأغراض مختلفة أخرى كالتأكد من ارادة الشعب أو تصوير حكمة رجل الشارع ، والتعجيل باجراء من الاجراءات .

فمن المعروف أن الجمهور المنفعل اذا لم يحب سياسة ما ، فانه يواجه حكامه بصعوبات بالغة تؤدى الى زعزعة هذه السياسة . ذلك أن الاستقرار لا يتأتى الا من الحكم الصالح ، الى جانب رغبة الشعب

(١) Martin Kriesberg, «What Congressmen and Administrators Think of the Polls».

فى تقبل سياسة ذلك الحكم والمشاركة فى ادارته . ومن المعروف أيضا أن التجميع المستمر لآراء المواطنين يساعد الحكام على وضع سياسة فعالة تطابق رغبة الشعب ؛ لهذا يقول « كرايزبرج » Marlin Kriesberg ان ٦٣٪ من الحكام يعتقدون أن الاستفتاءات عون كبير للحكم المستقر »(١) .

كذلك ، فان الاستفتاء الحكومى يستطيع أن يكون عونا سخيا لحفز المواطن العادى الذى يبدد طاقته فى جولة حياته اليومية (طعامه وعمله وحديثه مع أسرته ومشاهدة السينما) وليس لديه اهتمام يذكر أو وقت ينفقه فى بحث المسائل العامة ، وهو يقدم هذا العون مثلا حتى اذا كانت أحداث السياسة تقع على بعد كبير منه ، ومن ثم فان الاستفتاء الجزئى قد يسد هذه الثغرة باثارة اهتمام الرجل العادى بالمسائل العامة ، وبهذه الطريقة يسهم استطلاع الرأى العام ، دون شك ، فى تصحيح وتدعيم أساس الحكم ؛ ذلك أنمصير أى مجتمع يتوقف على « ارادة الشعب » أو ما يسمى « تفكير الجماعة »(٢) .

---

(١) Kriesberg, op. cit., P. 335.

(٢) Vera Micheles Dean, «New Patterns of Democracy in India.»

(٢)

الحكام وقياس الرأى العام

وتطبق الاستفتاءات على نطاق واسع ، فهى تستخدم فى وضع البرامج التعليمية ، وللقيام بحملات التوعية ، ولوضع السياسات ، ولتنفيذ البرامج التى تم وضعها فعلا • زد على ذلك أن هذه الاستفتاءات ذات فائدة فى ميدان التحليل الادارى ، بوصفها اداة لتطوير « علم الادارة العامة » •

وفى توضيح ذلك ، يقول « ترومان » ان الاستفتاءات العامة تستطيع أن تساعد الحكام فى الاستعاضة بالبيانات الموثوق بصحتها عن التنبؤات والفروض الضمنية فى الميادين التالية(١) :

أولا : اختبار الافتراضات التى أمكن الوصول اليها بوسائل مختلفة أقل انتظاما (بالحدس والتخمين) ، وتقديم بيانات يمكن على أساسها وضع الفروض ورسم الخطط لبرنامج مقترح •

ثانيا : اختبار خطط برنامج مقترح •

ثالثا : تقييم فاعلية برنامج قائم •

رابعا : تسهيل الجوانب الاعلامية فى سياسة منفذة بالفعل

---

(١) Truman, op. cit., P. 63.

ويمضى « ترومان » قائلا ان استطلاع الرأى العام يمكن أن يكون أداة ذات أهمية كبيرة للوصول الى أحكام عامة سليمة « على أساس بحوث منتظمة فى عديد من المواقع الادارية وبخاصة تلك البحوث التى توضع لفحص « المبادىء » التى تفترض تجانسا فى أفراد الشعب الذين تعمل الحكومة بهم ولهم »(١) • كذلك فان استطلاع الرأى العام يساعد الدارسين للادارة على وضع أحكام عامة تسهم فى تطوير علم الادارة •

والواقع ، انه كلما عرفنا الكثير عن العملية الادارية أسهمنا فى علم الادارة ، ومن ثم من الضرورى أن تقدم ، الى حد ما ، معرفة مفصلة عن مساهمة الاستفتاءات العامة فى الادارة العامة • ومن المستحسن فى عملية العرض أن تقتصر على منطقتين عريضتين من مناطق النشاط الادارى التى يمكن أن تسهم فيها استفتاءات الرأى العام ، ونعنى بذلك :

أولا : السياسة العامة •

وثانيا : تنفيذ السياسة •

ويجب أن نذكر أنه ليس هناك حد فاصل بين المنطقتين ، فالواقع ان نتائج الاستفتاء الذى يجرى حول تنفيذ السياسة ، تساعد فى وضع سياسات جديدة ، وهكذا •

---

(١) Ibid, P. 69.

أولا : السياسة العامة :

يجب أن نذكر أن الكثير من السياسة العامة يحدده كبار المسئولين ، أما المشرعون فيضعون السياسة الشاملة الكبرى ، تاركين لرجال الدولة أن يصوغوا السياسة التفصيلية داخل هذا الاطار العريض ، ولا شك أن الأوامر واللوائح الادارية مؤشرات طيبة ، فهي تفسير مفصل للسياسة التشريعية الكبرى ؛ ثم ان كبار المسئولين يسهمون بقدر كبير في السياسة التشريعية بالحضور أمام اللجان التشريعية والتشاور معها وديا لنقل رغبة الشعب اليها ·

وللاعداد للحضور أمام اللجان التشريعية ، يستند كبار المسئولين على استفتاءات الرأى العام لتزودهم بالبيانات الصحيحة والتقييم الصادق للرأى العام ، ويبرز « التون وولبرت » Elton D Woolpert هذه الحقيقة بقوله : « ان الحكومة التي لا تظهر احتراما ومودة نحو الجمهور قلما تحصل على تأييد الجمهور ، فالمشاعر الرسمية الودية نحو الجمهور ضرورية كهدف في ذاتها ، في أى شكل من أشكال الحكم السليم ، لأن الحكومة التي تحتقر الشعب ولا تستجيب له هي حكومة غير مستقرة بطبيعتها »(١) ·

والواقع أن السياسة العامة هي خطة تمتد جذورها الأساسية في المعرفة الجيدة :

(أ) بالشعب الذي يتأثر بها ·

(ب) بالبيئة المادية والاجتماعية التي تواجه هذا الشعب ·

(جـ) بالهدف المراد تحقيقه ·

---

(١) Elton D. Woolpert, «municipal Public Relations.»

فبالنسبة لوقت الخطة والقرار الخاص بها ، قلما يعرف كبار المسئولين من الحقائق ما يكفي ؛ ذلك أنهم يعيشون في عالم تختلط فيه الحقيقة بالتضليل ، كما أن ضغط وقتهم عليهم وعبء مسئولياتهم الثقيل يجعل من الصعب عليهم أن يعرفوا حاجات الشعب ، فاستطلاع الرأى العام أداة تنفذ في قيود الجهل وتجعله أكثر لمسا لدنيا الحقيقة ؛ ويقول « مارتن كرايزبرج » Martin Kriesberg في ذلك : « لقد وجد الحاكم في دراسات الرأى العام وسيلة ممتازة لاتصاله بالشعب ، فالاحصاءات هي التي تساعد الحكام على التعرف على احتياجات البرامج الناشئة عن احتياجات الشعب ، ومن ثم فانهم يجرون تغييرات في البرامج تبعا للتغيرات في سلوك الجماهير ، كما يتعرفون على الفرص المناسبة لوضع اجراءات أفضل نتيجة فهم أكبر للجمهور »(١) ٠

وهكذا يتضح أن نتائج استطلاع الرأى العام تستخدم كمعالم يسترشد بها واضع السياسة الى ما يفكر فيه الجمهور ، ولماذا تفكر جماهير معينة بالطريقة التي تفكر بها ٠ وفي استخدام هذه المعالم، يجب على الحاكم أن يفسر الآراء والمشاعر في ضوء الظروف الاجتماعية والاقتصادية والثقافية السائدة في زمنه ٠ وعلى واضع السياسة أن يمارس عمليته المستمرة التي اذا أديت بدقة استطاعت أن تحمي الدولة من كثير من الأخطاء والمشكلات غير المتوقعة ٠ كما أن تكرار القياس قد يبعث آراء خلاقة ويضع الأساس لتحقيق الرضاء العام ٠

(١) Martin Kriesberg «Opinion Research and Public Policy» .

ثانيا : تنفيذ السياسة :

من الضرورى على الحاكم الذى يضع برنامجا من أى نوع ـ اعلاميا كان أو تشجيعيا أو للتنمية القومية ـ أن يفتح عينيه على الجمهور أثناء تنفيذ البرنامج ، فهو لا يستطيع أن يستخدم أسلحة الاتصال القوية دون أن يفتح عينيه على استجابات الجمهور ، فكل فرد من هذا الجمهور يريد أن تتحدث وسائط الاتصال « معه » لا أن تتحدث « اليه » ، وعلى المسئولين عن الاعلام أن يراعوا هذه الحقيقة ، لأن الجمهور مستعد لأن يسمع الوسيلة المعنية بمشكلاته • ذلك أن قليلا من المسئولين عن الاعلام هم الذين يزورون القرى والتجمعات السكانية النائية فى محاولة للتعرف على مشاكل المواطنين أو لالتقاط أفلام عما يجرى فى تلك المناطق النائية ، وجمع الآراء من « رجل الشارع » • ولئن كانت هذه اللقاءات السريعة كافية لبعض الأغراض فانها ليست كافية للتقييم العلمى للرأى ، فاليوم ، يمكن لاستفتاء يحسن اختياره وينظم تنظيما صحيحا أن يزودنا بمعلومات على قدر كبير من الدقة ، وقد يجد أحد الاستفتاءات أن مناخ مشاعر الجمهور نحو مسألة معينة قد ساء أو تحسن بين فترة وفترة ، ويستطيع أن يقول للمسئول عن الاعلام عدد من وصل اليهم برنامجه ، وأى التجمعات الجماهيرية لم يصلها ، ثم ان الاستفتاء يبين اهتمام الجمهور بمواد الاعلام وبالمجالات التى يتجنب بها الأخطاء أو القصور فى برامج المستقبل .

وفى تطوير البرامج القومية ، لا يستطيع المسئولون أن يبثوا الحركة فى قوى التغيير الاجتماعى دون أن تتوافر لهم الرؤية

الصحيحة ، ذلك أن البرامج القومية معقدة وبعيدة الأثر ، وهى تتضمن تغيير المعايير والعـادات والعـلاقات داخل المجتمع ، كما تتضمن تغيير الموارد الطبيعية أيضا • لهذا ، فان استطلاع الرأى العام يزود الحاكم بالبيانات الصحيحة عن مواقع المشاكل فى الميدان. وفى رأى « كرايزبرج » Martin Kriesbeg أن اسـتفتاء الرأى يسهم بقدر كبير فى تنفيذ السياسة « لأنه يصلح فى تحديد مواقع المشاكل فى الميـدان كالمواقع التى يتعثر فيهـا البرنامج مثلا ، أو التى يلقى فيهـا معارضة لا مبرر لها •• ان منافذ الاتصـال الرسمية كثيرا ما تكون كافية للحصول على معلومات من الميدان ، فالاستفتاءات تساعد على التغلب على الميل الى أحداث المشاكل بأن تتعهدها فى منبعها بالتهدئة والتلطيف(١) » •

(١) Ibid., P. 379.

(٣)

المشرعون ، وقياس الرأى العام

من الواضح أن استطلاع الرأى قد وطد نفسه كأداة للحكم وكمعلم يسترشد به في السياسة العامة وفى تنفيذها كذلك . غير أن المشرعين أبطأ من الحكام وكبار المسئولين فى استخدام الاستفتاء ، ومن أسباب ذلك ما يلى :

أولا : أنهم يحسـون بأن الاستفتاءات تتحـدى امتيازاتهم أو حقوقهم فى تفسير ارادة الجمهور .

ثانيا : أن عملية الانتخـاب هى التى تربطهم بالناخبين فى دوائرهم الانتخابية .

ثالثا : أنهم غير معتـادين على طرق الاسـتفتاء ، ومن ثم لا يثقون فى نتائجها(١) .

أما اليـوم ، فقـد نفـذت اسـتطلاعات الرأى الى الدوائر التشريعية « وأصبحت تستخدم على نطاق أوسع مما كانت عليه الحال قبل الحرب العالمية الثانية »(٢) ؛ فقد أحس رجال المجالس النيابية

---

(١) Martin Kriesberg, «What Congressmen and Administrators Think of Polls».

(٢) Harold F. Gosnell & Moyca C. David, «Public opinion Research in Government».

بأن الاستفتاءات تسهم فى عمليتهم ، فهى تزودهم - بوصفهم مشرعين - ببيانات دقيقة عن المسائل العامة الجارية ، بسرعة وبتكلفة قليلة ، وهى تستطيع أن تسهم أيضا بسخاء في الوقوف على مشاعر الجمهور ، وطبيعة ومدى فهم أو عدم فهم الجمهور للمسائل العامة ، وبعبارة أخرى فان الاستفتاءات الشعبية - كأداة لقياس مشاعر الجماهير - تستطيع أن ترسم خريطة لمناطق الجهل والاعلام الخاطىء . وهى بتقديمها للبيانات تعتبر منافذ يعرف منها المشرعون الآراء الحقيقية والاحتياجات الحقيقية لجمهور ناخبيهم ، ولكن على الرغم من فوائد نتائج الاستفتاءات في الكشف عن المشاعر أو العقائد أو المعارضة نحو السياسة العامة ، فانه لا يمكن أن يستعاض بها عن العملية التشريعية التي تعتبر أوسع كثيرا فى وظيفتها ، ومن أسباب ذلك :

أولا : ان الاستفتاءات لا تعكس وزن القوى السياسية داخل الدولة ، والقوى الأساسية في الحكم ، فالاستفتاءات قد تقيس الشدة النسبية للمشاعر نحو مسائل معينة ، ولكن ليست ثمة علاقة ضرورية بين المشاعر المعبر عنها وبين العمل السياسى .

ثانيا : ان الجمهور تنقصه الخبرة والقدرة على الابتكار فى مسائل السياسة العامة ، ولا ينتظر من الجمهور أن يحصل على معرفة تخصصية في الاقتصاد أو الاجتماع أو السياسة العالمية أو غير ذلك من مظاهر الحكم . وبالجملة ، فان رجال المجالس التشريعية يتولون القيادة و « يدخلون الخبرة والقدرة على الابداع فى التشريع » .

ولعل خير دليل على أن رجال المجالس النيابية يحسون بفائدة استفتاءات الرأى العام فى حملاتهم الانتخابية ، ما يقوله أحد الباحثين في مقال بعنوان « الاستفتاء والسياسة في الولايات

المتحدة » ، فقد كتب هذا الباحث يقول : « في حملة سنة ١٩٦٢ يبدو أن أكثر من ثلثي المرشحين لمجلس الشيوخ الأمريكي كلفوا من يستطلع لهم الرأى العام ، وواحد من كل عشرة مرشحين استخدم مسحا احصائيا فى حملته الانتخابية • على أن التباين بين استخدام مرشحى الشيوخ وبين استخدام مرشحي الكونجرس راجع أولا الى المال أكثر منه الى الرغبة ، ففى عام ١٩٦٢ ، تجاوز عدد الاستعلامات التى تلقيناها من مرشحى الكونجرس عن الاستفتاء لهم ، جملة عدد الاستفتاءات التى قمنا بها للمرشحين طوال مدة عملنا فى ميدان الاستفتاء »(١) •

ويقول مارستون : « ما يزال التقييم أقل مناطق عمل العلاقات العامة تطورا وأكثرها عناء(٢) » • وقد أوضح هذه العبارة « برنارد روبين » Bernard Robin حين قال : « لم توجه العناية الكافية نحو الحاجة الى جمع الأفكار » ، ثم يمضى الى القول بأن « الخطوة الهامة التالية الى الأمام ستنتهى بحاجة الحكومة الى اعلام من الجمهور » ؛ وبعبارة أخرى ، فان بحوث الرأى العام هامة جدا فى عملية اعلام الحكومة • كذلك يؤكد « ديفيد ب• ترومان » David B. Truman هذا الرأى حين يقول ان « الآراء حقائق وسواء كانت واسعة الانتشار فى عقيدة الجمهور أو كانت تقدمها باصرار أقلية مناضلة ، فانها حقائق العملية السياسية » ثم يحذر من أن « المديرين والباحثين يفعلونها رغم خطورتها(٣) » • ولاحظ غير

---

(١) Louis Havis», «Polls and Politics Quarterly in the U. S. A.»

(٢) Ibid, P. 168.

(٣) David B. Truman, «Public Opinin Research as a Tool of Public Administration».

هؤلاء وهؤلاء من الباحثين أن بحوث الرأى العام هى « أداة الادارة ومعلم استرشاد فى وضع قرارات السياسة(١) » .

فبحوث الرأى ، اذن ، عمل هام يتطلبه اعلام الحكومة ، وهو عمل يتطلب كما يقول « روبين » Bernard Robin خدمات الاخصائيين المدربين على أساليب الاستفتاء الفنية والمقابلات الشخصية وما يتصل بذلك من مهارات ؛ وهو يحذر من أن « الاحصاءات العشوائية وما يجرى العمل به حاليا من الاعتماد المبالغ فيه على ذكاء المديرين لا بد من أن تكمله التحليلات الدقيقة القائمة على أساس بحوث ميدانية دقيقة » .

(١) Harold Gosnell & Moyca C. David,» «Publiv opinion Research in Government».

(٤)

فنون « قياس الرأى العام »

يمثل الجهد الكبير الذى يبذل لتقييم الرأى العـام بطريقة علمية ، ظاهرة يتصف بها القرن العشرون • ذلك أن أسـاليب استطلاع الرأى تستخدم فى معظم الدول المتقدمة لحسـاب كل أنواع التنظيمـات والنشـاطات ، فالصناعة تعمل على التنبؤ باتجاهات المستقبل من الأفكار الجارية كما أن الأحزاب السياسية تسعى للوقوف على مشاعر الجماهير نحو كل مسألة محتملة كمعلم يسترشد به فى وضع برامج الحزب وفى سير حملاته •

لهذا أنشئت هيئات متخصصة تخصصا تاما فى وضع مقاييس للرأى العام بالنسبة لأية مشكلة بذاتها ، وهذه الهيئات هى التى تحدد نمط البحث وهى التى تتولى المسح وتحليل النتائج •

كذلك ظهرت أعداد كبيرة متزايدة من الكتب والبحوث التى تتخصص فى مختلف جوانب الرأى العام كتصميم العينات ، ورسم خطط المقابلات الشخصية ومصـادر التحيز فى قسم المشـاعر ، ومنطقة « العينـة » واختيـار « الحصص » وفوائد واستخدامات المقابلات الشخصية المفتوحة الطرف ، وهكذا ••

ومن بين الأسـاليب الرئيسـية المسـتخدمة عمليـات المسح الاحصائى أو الاستفتاءات ومقابلات العمق والمناقشـات العامة ، والمستجوبون الذين ينتقلون من بيت الى بيت ومن شارع الى شارع،

والاستقصاءات التي ترسل مباشرة بالبريد ». وتستخدم كل هذه الوسائل لجمع البيانات المطلوبة ، وهذه الأساليب كلها تقوم على افتراض أنه يمكن الحصول على « عينة » ممثلة للرأى العام بدقة ، بصرف النظر عما اذا كان الجمهور موضوع المسح صغيرا أم كبيرا •

واختيار القطاعات الصحيحة من الجمهور للمقابلة ، وعلاقتها المئوية بالجمهور ، ووزن نتائج الرأى المناسب لمختلف عوامل مشكلة بذاتها ، ليس الا أمثلة قليلة من المسائل التي تواجه الباحثين في الرأى العام بين الحين والحين ، بل ان الاختيار الصحيح للأسئلة وصياغتها هو في ذاته علم كامل أو فن قائم بذاته •

كذلك ، فان اختيار المستجوبين والتعويض عن تحيز « المستجوب » ومشكلة الذين لا يجيبون واختيار العنوان الصحيح للاستقصاء — اذا كان سيرسل بالبريد — ليس الا بعض المشاكل الأخرى الكثيرة ، وليس هناك جانب أكثر توقفا على المصادفة في علم استطلاع الرأى من تحليل النتائج وتفسيرها ، فالنتائج المضللة من السهل جدا الحصول عليها ، على أن العلوم الاجتماعية ما تزال نشيطة جدا في وضع أساليب بحث جديدة ، وما تزال عمليات الكشف تجرى في بعض المشكلات كمشكلة اتقان طرق القياس الجديدة ، وطرق تطبيق الاختبارات الخاصة بالكشف عن حقيقة دوافع الفرد وشخصيته ، والطرق المنقحة لأخذ العينات ، الخ الخ .

ولقد أسهم قياس الرأى العام اسهاما عظيم القيمة في حياة العالم المعاصر وذلك على الرغم من أن هذا القياس كان ولا يزال

محلا للجدل ، وخاصة من جانب رجال السياسة ، ذلك أن احدى مدارس الفكر السـياسي ترى أن متابعـة الاستفتاءات تستنزف السلامة الفكرية من واضعي القوانين ، بينما ترى مدرسة أخرى أن الاستفتاءات تسهم في ابراز صورة مباشرة لارادة الجماهير . على أنه مهما يكن الرأى ، فان قياس الرأى العام سيكون له دون شك دور يتزايد باستمرار على مسرح السياسة في شتى أنحـاء العـالم .

(٥)

التجربة المصرية

كان من الصعب بدء بحوث الرأى منذ بداية الثورة فى سنة ١٩٥٢ ، فقد كان يبدو لمعظم الجماهير فى مصر أنه ليس ثمة علاقة بين الآراء السياسية وبين السير الفعلى للحياة السياسية • كما دل البحث على وجود رد فعل غير مبال بالسياسة ومن ثم كان الشعب « يقوده الغير » بدلا من أن « يقوده ضميره » فأصبح يظهر اهتماما بآراء الآخرين وليس بما يراه هو لنفسه • والواقع أن هذه الحالة النفسية عاقت المجتمع ككل عن أن يقيم شعورا بالمسئولية عن سير الأحداث السياسية ، كما عاقت الشعب عن الاستجابة للحاجة الجماهيرية بأن للجمهور رأيه وأن له أن يجهر به •

ولقد حاول قادة الثورة أن يدفعوا الشعب للتعبير عن آرائه ومشاعره ، اما بالاحتكام اليه فى اجتماعات شعبية ، أو عن طريق نشاط مراكز الاعلام فى القرى ، اذ أن عملية اجراء استقصاءات أو مقابلات شخصية لم تكن عملية سهلة كما أن الجمهور المصرى لم يكن معتادا على هذا النوع من استطلاع الرأى ، وكان رجل الشارع عاجزا عن المشاركة ، غير أن دفعة الاعلام عن طريق استخدام كل وسائل الاعلام نجحت الى حد ما فى القضاء على مقاومة الجماهير فى المراحل الباكرة •

زد على ذلك أنه حين بدأ الأخذ بالطرق الحديثة لاستطلاع الرأى — وهى طرق لم تكن معروفة فى مصر قبل الثورة — لم يكن

يبذل أى اهتمـــام بالمنجزات الحديثة التى حققها علم الاجتماع ، كوضع طرق التحليل الكمى ، وكالأســاليب العلمية فى البحوث الاجتماعية بصفة عامة وبحوث الرأى بصفة خاصة ، فحتى قسم الاجتماع بجامعة القاهرة كان يسير على الطريقة التاريخية التى كانت تتبعها مدرســة علم الاجتماع الفرنسية لا على الطريقــة التحليلية .

على أنه حدث بعد ثورة ١٩٥٢ أن عاد الطلبة المصريون الى وطنهم بعد أن حصلوا على درجاتهم العلمية من الجامعات الأوروبية الأمريكية فى مختلف الميادين ، وبخاصة علم الاجتماع وعلم النفس الاجتماعى والبحث الاجتماعى وأصول الحكم ، والاحصاء . وقد أثروا تأثيرا ملحوظا فى ميدان البحث الاجتماعى وزودوه بأحدث الأساليب العلمية .

وفى سنة ١٩٥٥ ، أنشــأت مصلحة الاستعلامات ــ بصفتها وكالة الدولة المسئولة عن العلاقات العامة ــ « معهد الرأى العام والاعلام » للقيــام بعمليات استطلاع الرأى ، التى تســاعد فى تخطيط وتنفيــذ السياسات الحكومية على ضــوء حاجات الشعب ورغباته .

وحين أنشىء المعهد فى سنة ١٩٥٥ ، كان أساتذته ينتدبون أو يختــارون من بين رجال مصلحة الاســتعلامات ذوى المؤهلات الجامعية فى علم الاجتمــاع وعلم النفس والبحــوث الاجتماعية . كذلك درج المعهد على الاستفادة من خبرة أساتذة الجامعة المصرية كمشرفين على عمليات المسح والاستقصاء ، أو للقيام بأنفسهم بهذه العمليات ، كما كان المعهد يستعين فى معظم أبحاثه بمراكز الاعلام ولا سيما فى جمع بيانات البحوث . وبالنظر الى أن المعهد لم تكن له هيئة تدريس خاصة به ، فقــد كان يختار أساتذة من الأقســام

المختلفة بجامعتي القاهرة وعين شمس ، كما أن كبار العاملين فى ميادين الادارة والصحافة والنشر والاعلان كانوا يشكلون عنصرا مهما فى تيسير عمل المعهد ٠

ويقوم المعهد بجمع وتقديم المعلومات الصحيحة عن الموضوعات التى تهم الجمهور والتى تصلح لوضع القرارات الهامة ٠ كما يقوم أيضا ببرنامج بحوث يستهدف النهوض بالعلوم الاجتماعية عن طريق البحوث التجريبية ٠

وكانت وظيفة المعهد فى سنواته الأولى هى ابلاغ واضعى السياسة فى مصلحة الاستعلامات بحالة الرأى العام العالمى والمحلى بالنسبة للموضوعات ذات الأهمية الجارية ، كما قام ببعض الدراسات العاجلة لبيان كيف ينقسم الجمهور بالنسبة للمسائل الجارية ، وسبب انقسامهم وما شاكل ذلك من أمور تتعلق بقياس الرأى العام واستطلاعه ٠

وكان نشاط المعهد فى بداية عهده ، مقتصرا عى تقييم اتجاهات الصحافة العالمية والاذاعة العالمية بالنسبة للسياسة العربية فبي المجالات التالية :

الشئون الخارجية ـ الشئون الداخلية ـ المشكلة الاسرائيلية .

واستخدمت طريقة بسيطة فى تحليل المحتويات لتصوير هذه الاتجاهات بصورة كمية بسيطة ، عن طريق استعراض صحف العالم واذاعاته ، وبخاصة فى الدول الكبرى ، فقد أحست مصر ـ بحكم موقعها المحلى والدولى ـ بحاجتها الى التعرف على مشاعر الدول الكبرى ـ الولايات المتحدة ، الاتحاد السوفييتى ، المملكة المتحدة ، فرنسا ـ نحو سياساتها ومن ثم بدأ المعهد دراسة كافة

المواد الاعلامية التى تتضمنها وسائل الاتصال الجماهيرى فى تلك البلاد فيما يتعلق بمصر ، وذلك باستخدام طريقة تحليل المحتوى، وقسم محتوى الصحف والاذاعات الأجنبية الى أبواب لكل منها معناه .

وبمضى السنين ، اتسع نطاق الموضوعات التى تناولها المعهد بالبحث تلبية لطلب الأشخاص المعنيين بالمعلومات الخاصة المتعلقة بالسياسة العامة فى الهيئات الحكومية ؛ وهكذا انتقل المعهد من الدراسات الوصفية البحتة الى دراسات تحليلية

وقد جذبت نظريات الاتصال وبحوثه اهتمام المعهد ، فأجرى دراسات على العلاقة بين الاعلام من ناحية وتغير المشاعر والآراء ، من ناحية أخرى ٠

على أن أزمة قناة السويس سنة ١٩٥٦ شهدت تطورا ملحوظا فى فهم الجمهور ، فقد أحدث الاعتداء الثلاثى ــ الذى كان يستهدف القضاء على منجزات الشعب والعودة بمصر الى الاحتلال ــ مشاعر جديدة موالية نحــو الحاكمين بصفة عامة ، ونحــو القيادة بصفة خاصة ، وبرز شعور مخلص نحو رجال الحكومة ، فالشعب والحكام كانوا يعملون فى تعاون تام للقضاء على العدوان ، وفى الوقت ذاته دخل رجال الاعلام مع الشعب فى علاقات مواجهــة خلقت مشاعر مؤيدة لنشاطهم ٠

ومنذ ذلك الحين أصبح المعهــد مشهورا ليس فقط فى نظر مكاتب العلاقات العامة فى الحــكومة ودوائر الأعمال ، بل وعند الجمهور أيضا ، وفى ذلك الحين ، أعدت مصلحة الاستعلامات فيلما (١٦ ملليمتر) يبين عملية مسح الرأى العام ، ووزعته على كل مراكز الاعلام للنهوض بتفهم الجمهور ، وهكذا انتقل المعهد من مجرد تقييم اتجــاهات الرأى العــام المحلى والعالمى الى استعمال

أسلوب استطلاع الرأى فى دراسة المشكلات الرئيسية على أساس العينة النموذجية والتحليل الكمى للبيانات ٠

وقد ساعد على هذا التوسع اعادة تنظيم المعهد وزيادة عدد الأساتذة المتعاونين معه ؛ فالى جانب شعبة تحليل المحتوى ، قسم المعهد شعبة مسح الرأى المحلى الى أربعة فروع هى :

أولا : فرع تصميم الاستقصاء ٠

ثانيا : فرع وضع أسئلة الاستقصاء ٠

ثالثا : فرع جمع العينات ٠

رابعا : فرع تجهيز العينات ٠

وللتغلب على مشكلة نقص الموظفين المدربين على بحوث الرأى ، استعان المعهد بموظفين غير متفرغين لمعاونته فى نشاطه ٠ وبعد أن استكمل المستجوبون الميدانيون برنامج تدريبهم ، وزعوا على كافة المحافظات والأقاليم الصناعية ٠

ونتيجة لاعادة تنظيم المعهد وزيادة عدد الأساتذة المتعاونين معه ، أصبح المعهد أكثر رسوخا كجهاز للعمل ٠ وبعد أن سار العمل شوطا لا بأس به ظهر أن من الممكن وضع برنامج كامل لاجراء بحوث على مشاعر الجمهور ٠

ومنذ سنة ١٩٥٧ ، أجريت دراسات كبرى كثيرة تضمنت كل منها جمع بيانات ميدانية وتاريخية عن الأحداث الجارية المحلية والاجتماعية والسياسية ٠ وفى معظم هذه الدراسات تقريبا استخدمت الطريقة التاريخية وطريقة المسح بالاستقصاء ، ذلك أن

هاتين الطريقتين متكاملتان فى الواقع • فمثلا ، استهدفت احدى الدراسات حل مشكلة واجهت القائمين بالحكم ، وذلك عن طريق :

أولا : اختيار الافتراضات التى أمكن الوصول اليها بطرق أخرى أقل نظاما ، وتقديم البيانات التى يمكن على أساسها اقامة الفروض والخطط •

ثانيا : اختبار الخطط الخاصة بمشروع مقترح •

ثالثا : تقييم فاعلية مشروع قائم •

رابعا : تسهيل الجوانب الاعلامية لسياسة معمول بها بالفعل.

ومما تجدر ملاحظته أن العمل المنهجى الذى قام المعهد به لم يكن يسترشد بأية صيغ نظرية من نوع يفرض خطة محددة لدراسة معينة ، بل كان لكل دراسة نظريتها الخاصة بها ومجالها وقيودها •

غير أن المعهد حدد لعمله بضعة معالم معينة هى ما يلى :

أولا : يجب على الباحث أن يتذكر دائما أن البيانات التى جمعها ليست هى كل البيانات التى يحتاج اليها واضع السياسة ، فوضع السياسة مجال واسع وغامض من مجالات النشاط الانسانى، ومن ثم فان البيانات التى يقدمها ليست الا جزءا من البيانات ذات الصلة بالموضوع •

ثانيا : يجب على الباحث أن يعطى واضعى السياسة الشعور بأنه مجرد شخص يساعد ، وأن النتائج التى وصل اليها ليست مادة حاسمة فى الموضوع •

ثالثا : يجب على الباحث أن يضـــع بدائل اقتراحات يختـــار الحاكمون من بينها ٠

رابعا : يجب على الباحث ألا يستاء اذا لم تستخدم نتـــائج بحثه على الاطلاق ، فقرارات السياسة تتعلق غالبا بفلسفة أساسية أكثر مما تتعلق بدلالات نتائج البحث ٠

ولقد واجه المعهد صعوبة فى اعداد بحوثه ، وهذا أمر طبيعى وعادى أدركه « رينسس ليكرت » Rensis Likert حين قال « ان بحـوث الرأى العـــام فى كل دولة تتميز بمشـــكلات ظاهرة ٠٠ فالمجتمعات تختلف فى تركيبها فى مختلف الدول ، وعينات البيانات ليست من نوع واحد ولا قيمة واحدة ٠ والأسئلة المختلفة لها معان مختلفـــة ، وهذه الفوارق لا تعزى للفوارق الثقافية وحـــدها ، وانما تعزى أيضا للعوامل العملية الميدانية ٠٠ ونتيجة لذلك ليس ثمة قـــاعدة بذاتها لبحوث الرأى فى كافـــة الدول ، بل ان على كل دولة أن تضع الأساليب الملائمة لمواجهة ظروفها الخاصة بها(١) » ٠

بل ان ذلك الذى قاله « رينسس ليكرت » انما يصدق على معهد الرأى العام والاعلام بمصر بالذات ، فقد واجه مشـــكلات عديدة ٠٠ كانت هنـــاك المشـــكلات التى ترتبط بأخـــذ العينات السكانية والاستقصاء ، وكانت هناك مشـــكلات ناشئة عن البيئة الاجتماعية والاقتصـــادية التى تؤثر فى المقـــابلات الميـــدانية ، ومشكلات تتناول تجنيد وتدريب اخصائيين فى المقابلة الشخصية وفى تحليل البيانات ، لكن الوقت والخبرة عاملان مساعدان فى وضع الأساليب الفنية المناسبة لدراسة العلاقات البيئية فى مصر ٠

---

(١) Rensis Likert, «Problems of Polling in Different Countries».

فوجد مثلا أن محاولة القيام بعمليات مسح الرأى فى مصر على أساس البيانات التى تجمع من الاستقصاءات تكون محاولة غير دقيقة . على أن المعرفة التاريخية والمسجلة عن الوضع الاجتماعى ، وكذلك عن المشكلات التقليدية والسيكولوجية كانت عونا فى حل المشكلات التى ظهرت فى مراحل التخطيط والتنفيذ على السواء . وفضلا عن ذلك فقد وجد أن هذه المعرفة ضرورية لالقاء الضوء على الاجابات التى تجمع من الاستقصاءات . وعلى ذلك ، فقد أصبح استخدام طريقتى المسح والاستقصاء ، مسألة لا يمكن الاستغناء عنها ، والطريقتان على أى حال متكاملتان ، اذ تستخدم كل منهما فى الأغراض التى تصلح لها أكثر من الأخرى .

ولتوضيح ذلك نقول ان ثلاث دراسات مماثلة قد أجريت لربط النظرية بالتطبيق فى مجال الاعلام الحكومى ، وكانت النتائج ـ رغم كل الثغرات والمشكلات التى تعرفها الحكومة جيدا ـ مفيدة فى تزويد المسئولين بمعلومات مباشرة ساعدتهم فى وضع السياسة وفى تنفيذها ، وكشفت عن حقيقة مشجعة هى أن استطلاع الرأى يزود بمعلومات لم يكن يمكن الحصول عليها بطريقة أخرى ، وهى فى الوقت ذاته تزيد من المعلومات الموجودة حاليا ، وبذلك تزيد من مقدار المعرفة الضرورية لوضع نظرية لاستطلاع الرأى فى الحكم .

والواقع أن مشكلات بحوث الرأى فى دولة كمصر ، تفوق المشكلات التى قد تواجهها الدول المتقدمة فى هذا الشأن . ذلك أن وظيفة معهد الرأى العام والاعلام لا تقتصر على مجرد الحصول على اجابات ذات قيمة ممن يستجوبهم ـ كما يحدث فى معظم الدول المتقدمة ـ وانما تتضمن هذه الوظيفة تعليم الجمهور وتدريبه على أن يعبر عن آرائه ، وبعبارة أخرى أن يحول الجمهور من « شعب

يوجهه الغير » الى « شعب يوجهه ضميره » ، وعلى ذلك فان كل مسح يجب أن يصحب بياناته الفعلية بعض البيانات الاضافية عن السكان ، نذكر منها ما يلى :

أولا : نسبة الذين يرفضون الاستقصاء على الاطلاق ، ومميزاتهم الهامة .

ثانيا : نسبة الذين يجيبون بـ « لا » ، أو الذين لم يستقروا على قرار ، ومميزاتهم الهامة .

ثالثا : مناطق المعرفة والجهل ببعض السياسات الحكومية المحلية الجارية .

رابعا : وجوه التعارض بين سلوك الجمهور من ناحية وخطة الحكومة من ناحية أخرى .

وعلى ذلك ، فان على المعهد أن يتغلب على بعض المشكلات الفنية حتى يضع أسلوبه المناسب ، ومن بين هذه المشكلات ما يلى :

أولا : وضع طريقة لأخذ العينات اللازمة لعمليات المسح حتى تكون ممثلة احصائيا للسكان الذين يتأثرون بمشكلات محددة من الذين يتناولهم المسح ، بصرف النظر عما اذا كانوا رافضين أو لا مبالين أو مضللين باعلام آخر خاطىء .

ثانيا : اعداد مجموعة مناسبة من الأسئلة لتوجيهها لهؤلاء الأشخاص .

ثالثا : نقص المستجوبين المهرة ، وبخاصة فى المناطق الريفية ، وتشكك الجمهور فى الباحثين الذين تستخدمهم الحكومة .

رابعا : نقص المعــدات اللازمة لتجهيــز كميات كبــيرة من البيانات ٠

فكيف كان المعهد يحاول التغلب على المشــكلات التى صحبت وضع هذه القواعد ؟

عند مناقشة هذه المشــكلات والصعوبات ، يجب أن نتذكر أن فكرة هذا النوع من النشاط الحكومى فى مصر كانت الأولى من نوعها ٠ فهناك أولا ، فى مرحلة التخطيط ، مشكلات تتصل بأخذ عينات السكان وبطاقات الاستقصاء ٠ وهناك ثانيا ، فى مرحلة التنفيذ ، مشكلات ناشئة من البيئة الخاصة التى تتأثر بها المقابلات الشخصية فى الميدان ، وأيضا مشــكلات تختص بتجنيد وتدريب المستجوبين ، كما أن تجهيز البيانات يشكل صعوبة أخرى ٠

ولتصوير ذلك يحسن بنا أن نجمل هذه المشكلات فى بيان من أربعة أجزاء ٠

أولا ــ طريقة أخذ العينات :

يستعمل أخذ العينات على نطاق واســع فى كثير من جوانب النشــاط الانســانى ــ العلمى والادارى والتجــارى والصناعى والترفيهى ــ لأخذ عينة دقيقة ، يجب على من يأخذها أن يعرف عدد العناصر المختلفــة فى مجموع الســكان ومميزاتها كذلك ٠ ويحسن بنا أن نذكر أن مصر منذ بداية هذا القرن قد أولت عناية كبيرة بتعداد السكان ، وبذلك أصبح لديها بيانات احصائية عن التركيب الديموغرافى والاجتماعى ، تكفى لأخذ عينة ممثلة ٠ وبالتقدم فى المعرفة الديموغرافية أصبح من الممكن أخذ عينة اجتماعية للمنطقة يقبلها باحثوا الرأى فى الدول المتقدمة ٠

على أن المعهد قرر استخدام طريقة « عينات حصص » تؤخذ من قطاع مستعرض من الجمهور ، على أســاس دقيق من التوزيع السكانى حسب الموقع والنوع والعمر والتعليم والمهنة والمستوى الاجتماعى أو الاقتصادى وهكذا • وبناء على هذه الطريقة فى أخذ العينات ، يتعين على من يتولى المقابلة الشخصية أن يجد وأن يسأل مدى من الأشخاص ينطبق على الحصة ، وقد بنى المعهد اختياره بطبيعة الحال على أساس عدة عوامل نذكر منها ما يلى :

١ ــ نقص خرائط المســاكن وهى خرائط تعتبر ضرورية لأخذ عينات المناطق •

٢ ــ النسبة العالية للأمية ، مما يضيق نطاق الجمهور ويعوقه عن التعبير عن آرائه •

٣ ــ النسبة الغالبة للأشخاص الذين « يوجههم الغير » •

٤ ــ تجنب الصدام مع العادات المحلية والأنظمة العائلية •

وقد سهل نظام الحصص تقسيم السكان جميعا بحسب الجماعات المهنية وبحسب اختلاف حجم المواقع وبحسب المناطق المختلفة • ولزيادة عنصر الثقة فى النتــائج ، يراجع توزيع العينــة فى كل مسح ، من حيث العمر ، والنوع والحالة الاجتماعية والمهنية فى ضوء أرقام التعداد قبل التجهيز •

ثانيا ــ تخطيط بطاقات الاستقصاء :

على الرغم من أن بطاقات الاســتقصاء تخطط حسب النظام الغربى ، فان نطاق كلمات الأسئلة يختلف بين بيئة وأخرى ، لأن ما يناسب بيئة قد لا يناسب أخرى •

ولوضع أسئلة ــ طبقا للنظام الغربى ــ يجب القيام بمسح مبدئى عن طريق مقابلات شخصية فردية وجماعية تستهدف ما يشبه التوجيه ، يقوم بها المستجوبون · ويلى ذلك تحليل المحتوى الذى يعتبر « كروكيا » أو هيكلا لأول نسخة من الاستقصاء الذى سيوضع موضع الاختبار فى الميدان · وقد ثبتت فاعلية هذه الخطوات فى وضع بطاقات استقصاء ناجحة فى الأوساط النامية والمتقدمة على السواء ·

وقد أدخل فى الحساب أن عملية الاستقصاء بالبطاقات جديدة فى مصر ، وروعى ذلك فى تخطيط الوقت وعدد الاسئلة ، فالناس ليس لديهم الصبر على الاجابة عن أسئلة تطول فترتها على خمس عشرة أو عشرين دقيقة ، ومن ثم كان على المعهد أن يقلل من عدد الأسئلة ووقت المقابلة الشخصية الى أقصى حد ممكن · كذلك تبين أنه من الصعب ايجاد موقف مناسب للمقابلة بعد سؤال المجيب عشرة أسئلة أو خمسة عشر على الأكثر · وللتغلب على هذا القيد الفنى ، كان على المعهد ان يعتمد على التفسير الماهر للاجابات ، واستخدام الطريقتين التاريخية والمسح ببطاقات الاستقصاء معا ·

وتبين أن المجيبين ــ وبخاصة فى القرى ــ يفضلون نوع الأسئلة « المفتوحة الطرف » ، فهم لا يريدون أن يحسوا أن المستجوب يرشدهم ، ويفضلون أن يعبروا عن أنفسهم فى استفاضة. وعلى ذلك قلما يضع المعهد سؤالا من نوع يختار اجابته من بين بدائل كثيرة ، ومع أن النوع الأول من جمع البيانات يستغرق وقتا وجهدا أطول فى تحليل وتجهيز الاجابات ، فقد وجد المعهد فيه عونا للحصول على البيانات التى لا يمكن الحصول عليها بأية طريقة أخرى ·

ثالثا ـ عملية المقابلة الشخصية :

تستنبط الجهات الحكومية على اختلاف أنواعها ـ وهى تلجأ الى الاحصاءات فى حل مشكلاتها ـ الكثير من بياناتها عن طريق المقابلات الشخصية مع الأفراد المعنيين بهذه المشكلات · وتعتبر المقابلة الشخصية فنا أكثر منها علما ؛ فهذه العملية تتطلب تكيفا مستمرا من جانب المستجوب مع المجيب ومع الموقف العام ، فضلا عن أن كسب تعاون المجيبين هو من أصعب جوانب عملية المقابلة الشخصية ولكنه أهمها ، لأنه يشكل علاقة انسانية بين المستجوب والمجيب · وفى هذا الموقف بالذات ، قد تخلق الخلفية الثقافية عند الطرفين مقاومة تنشأ غالبا من تشكك عام ·

ومن الصعب تقريب المستجوبين من المجيبين بصورة تسمح لهم بالتعرف عليهم ، وبديل ذلك هو أن يتاح تدريب مركز لجماعة مختارة ، يمكنها من تجنب اثارة مشكلات سيكولوجية كالشعور بالنقص أو الضيق أو القلق فى المواقف التى قد تنشأ بينهم وبين المجيبين وتؤثر فى تعبير هؤلاء عن آرائهم الحقيقية . فمثلا يحتاج الأمر الى كثير من ضبط النفس حتى يظل المستجوب طبيعيا فى سلوكه ، وعليه أن يعيد تقييم نفسه كعالم اجتماع يمارس مهنة لهاأهميتها الكبرى ·

كذلك لا بد من اعطاء المستجوب معرفة دقيقة بأحوال وعادات الجمهور الذى يقوم باستجوابه ، فان هذه المعرفة تلعب دورا كبيرا فى خلق ثقة متبادلة ، وفى تشجيع المجيب على الاجابة عن الأسئلة فى ابتهاج · فمثلا يؤدى تجنب احراج الفلاح المصرى الذى لا يسمح له أدبه بأن يقول للمستجوب شيئا لا يحب المستجوب سماعه ، الى المساعدة على التقرب منه ·

فبالمقاييس التقدمية ، لا يوجد في مصر ما يمكن أن نسميه « تكوين رأى يتميز بالفردية » وبخاصة بين الفلاحين المصريين الذين يشكلون غالبية سكان مصر ، فهم من الأنواع التي يوجهها الغير · ولا علاقة بين آرائهم وتصرفاتهم الحقيقية ، وهم عادة يعتمدون على آراء زعماء قريتهم ـ العمدة ، المأذون ، الحلاق ، الصراف ، شيخ البلد ، وقد يكون الخفير ـ فحين تتناول الأسئلة مسائل شخصية خاصة بهم فانهم يجيبون بالقول : « يحسن أن تسأل فلانا أو علانا لأنه يعرف عن هذه الأمور أكثر مما نعرف » ·

زد على ذلك ، الوضع السيكولوجي ، ونعنى به وجود مركب النقص حين يكون المستجوب من منطقة جغرافية أخرى ـ مدينة مثلا ـ أو من طبقة اجتماعية أعلى ؛ لهذا ، فان استجابة الفلاح تختلف ما بين وضع ووضع آخر ، فاذا كان الوضع يحرك فيه مركب النقص كانت اجابته فى الغالب بأنه « لا يعرف » وينشأ فيه شعور بالمقاومة كاجراء دفاعى · لهذا يحسن ـ كاجراء مضاد لذلك ـ تجنيد مستجوبين من المنطقة الجغرافية ذاتها ، لكن يبدو من المستحيل الاعتماد على مستجوبين من الطبقة الاجتماعية ذاتها ، ولا سيما حين يكون المجيبون فلاحين وعمالا ليست لهم خلفية تعليمية ·

ولقد أدرك المعهد ذلك ، فوضع برنامج تدريب مركز على القواعد الأساسية للمسح عن طريق المقابلات الشخصية ، ولم يكن من الصعب ايجاد جماعة كبيرة من الخريجين لديهم من الخبرة والمهارات ما يجعل تدريبهم سهلا ·

وبالاضافة الى مناهج المعهد ، يكرس قدر طيب من الجهد والوقت للتدريب على المقابلات الشخصية ، فيكلف كل مستجوب بالعمل أسبوعين بالقاهرة تحت اشراف شخص سبق تدريبه فى عمليات مسح سابقة ، قبل أن يتسلم وظيفته فى أحد مراكز

الاعلام فى عواصم المحافظات • ويطلب الى المستجوب أيضـا أن يعتمد على المشاهدة والملاحظة فى جزء كبير من البيانات . والواقع، ان الربط الماهر بين الملاحظـة والاستجواب مستحب حتى تكون المقابلة ناجحة • كذلك أعـد كتيب استرشاد للمستجوبين الذين يعملون فى عمليات المسح المختلفة •

وفى المسح الميدانى ، يجب بذل العناية الكافية عند استجواب الجمهور • ففى مسح المشاعر ازاء الحقوق السياسية للمرأة مثلا ، ذكر المستجوبون ـ فى زيارتهم الميدانية الأولى ـ أن نسبة مئوية عالية من المجيبين انفعلوا انفعالا غير ملائم ، حين طلب اليهم ذكر أسمائهم ، على أن الموقف تحسن حين قبل المعهد اقتراح المستجوبين باستبعاد أخذ الأسماء • وبالتدريج ، ولا سيما حين لم يكن ثمة حرج فى طبيعة السؤال ، أغفل المستجوبون استبعاد أخذ الأسماء بأن راحوا يأخذون الأسماء قبل الاستجواب • ولقد تحقق نجاح ملحوظ فى أثناء جمع البيانات المطلوبة لمسح مشـاعر الفلاحين بالنسبة للحكم المحلى •

غير أن التغير الحاسم فى مشاعر الشعب نحو عملية المقـابلة الشخصية انما يرجع الى أثر التوسع السريع فى مختلف وسـائل الاتصال الجماهيرى ، كذلك فان الاتصالات الاجتماعية التى أجراها رجال الاستعلامات بين الجمهور كانت عاملا هاما فى القضاء على المقـاومة فى المراحل الأولى ، فقـد حفزوا الجمهور ليس فقط للاستماع ، بل للتعبير عما يدور بخلدهم • وعن طريق خلق هذا الجو ، استطاعوا أن يقوموا بمقابلات شخصية مفيدة ، وأن يثيروا الاهتمام الكافى عند الجمهور للتحدث فى حرية وبدون تقيد •

رابعا ـ تجهيز البيانات :

يعانى المعهد من نقص المعدات اللازمة لتجهيز كميات كبيرة من البيانات ، مما يعوق حجم العينات ، ويعقد التحليل ، وعدد عمليات المسح . غير أن استخدام الآلات الحديثة قد يؤدى الى التغلب على هذه العقبة •

* * *

وبالجملة ، فان استطلاعات الرأى أصبحت أداة لا يستغنى عنها فى مصر الحديثة ، وأن مشاعر الجماهير أصبحت ذات أهمية حاسمة فى وضع السياسة وفى تنفيذها على السواء • وعلى الرغم من حداثة المعهد فقد أحس المسئولون بفائدة نتائجه فى رسم سياسات ادارية عريضة ، كما أن التقارير الخاصة بالمسائل العامة قد دعت الى اسهام المحررين والمعلقين فى شتى وسائل الاتصال الجماهيرى • على أن الوصول بمثل هذا العمل الى حد الكمال فى دولة نامية كمصر ، ليس عملا سهلا ، بل هو عمل يتطلب وقتا وجهدا لوضع الأساليب الفنية الملائمة لبيئة البلاد •

ثانيا : تكوين وتغير الرأى

ليس التأمل فى العوامل الفطرية التى تحفز الى السلوك ، بالموضوع الجديد ، فقد عرفه علماء النفس التجريبيون من أول عهد الدراسات التى قام بها « لانج » Lange و « وونت » Wundt و « كالب » Kulpe وغيرهم ، على عوامل الاستعداد للفعل • كما عرفه أيضا علماء النفس النظريون والفلاسفة واللاهوتيون فى دراستهم النظرية الغزيزة • كذلك عرفه علماء النفس الاجتماعيون ، وعلماء الاجتماع منذ سنة ١٩٢٠ فى دراستهم للمشاعر • ولا شك فى أن هذا الأساس العضوى للسلوك مشكلة رئيسية فى كل فروع المعرفة المعنية بسلوك الكائنات الحية ، لكن اهتمامنا يتركز فى الموضوعات التى تتعلق بسلوكيات الرأى والمشاعر وتغيرهما •

(١)

المشاعر (المواقف)

يقصد بالموقف ـ أصلا ـ وضع الجسم وضعا يتناسب مع تصرف معين ، أى اعداد الجسم لعمل معين باتخاذ وضع معين ، على أن معنى الكلمة قد اتسع ليشمل كل الاستعدادات والميول الى التصرف ، سواء أكان تصرفا علنيا أو خفيا أو نفسيا • وقد حظى اللفظ بتعاريف مختلفة فى علم الاجتماع فى السنوات الماضية ، لكن هناك ما يشبه الاجماع على تعريفه بأنه : « وضع الجسم » و « الميل الى التصرف » •

انه وضع الجسم نحو الشيء أو الموقف الذى يتطلب تكيفا معه • وحين يحدث التكيف يختفى الموقف ، الا اذا احتفظ به فى الذاكرة أو فى الوضع المعتاد للجسم •

ونحن نعنى بلفظ الموقف « عملية وعى الفرد الذى يحدد النشاط الحقيقى أو المحتمل بنظره فى القيمة الاجتماعية • والتصرف بأى شكل من الأشكال ، هو الرباط الذى يربط بينهما ».

والموقف هو ميل الى التصرف ، فاللفظ يدل على نزعة معينة أو ميل أو انحياز أو تهيوء أو استعداد أو رغبة فى نوع معين من التصرف(١) •

---

(١) E. Faris and Znaniecki», «The Polish Peasant in Europe.»

فالموقف ، مهما يكن تعريفه ، يدل على حالة وظيفية من الاستعداد تحدد الجسم لينفعل بطريقة متميزة لحافز معين أو لوضع حافز(١) .

والموقف عبارة عن مجموعة دائمة من العمليات الحفزية والعاطفية والحسية والمدركة بالنسبة لجانب من عالم الفرد(٢) .

والموقف ، حالة عقلية وعصبية من الاستعداد تنظمها الخبرة ، فتحدث توجيها أو تأثيرا ديناميكيا على استجابة الفرد لكل الأشياء والأوضاع التى ترتبط بها(٣) .

وقد أكد « و . أ . توماس » W. I. Thomas فكرة الموقف باعتباره أساسيا فى علم النفس الاجتماعى ، كما أن « كولى » Cooley و « فارس » Faris و « ديوى » Dewey كانوا أيضا ممن صحبوا التطور الباكر لطرق تفسير « الفعل » فى صورة المواقف التى من ورائه .

أما « الموقف » ــ كما يستخدم فى علم الاجتماع المعاصر وفى علم النفس الاجتماعى ــ فله قدر كبير متنوع من المعانى .

ومن الواضح أن تصنيف المواقف مستحيل ، لكن الباحثين يضعون جداول للمواقف العامة تبعا لما يخدم أغراضهم ووجهات نظرهم ، غير أن هذه التصانيف ليست كافية للأسباب التالية :

---

(١) M. Sherif and H. Cantril, «The Psychology of Ego - Involvements».

(٢) D. Krech and R. S. Crutchfield, «Theory and Problems of Social Psychology».

(٣) Allport, op. cit. P. 810.

أولا : ان المواقف ليست وحدات مستقلة ، وانما هى تعقيدات من مواقف أخرى ، وعلى هذا النحو تكون ميولا عامة الى أنماط من الاستجابة ، وليست الى استجابات بذاتها ·

ثم اننا ـ كما قال « ماك ايفر » MacIver حين ننسب موقفا الى شخص ما ، كالحب أو الخوف أو العطف ، فاننا لا نعبر تعبيرا كاملا عن حالة الوعى التى نصفها بهذا الوصف ، بل ان كل ما نعنيه هو أن عامل الموقف الذى أسميناه بهذا الاسم يكون العامل المسيطر أو الغالب أو على الأقل يمكن تبينه فى الموضوع ، فعطفنا مثلا قد يشمل الحب والخوف أيضا(١) ·· فالمواقف ليست وحدات مستقلة ·

ثانيا : ان الصور اللغوية المتاحة لنا ، قاصرة فى جملتها عن التمييز ، حتى فيما يتعلق بالمواقف العامة المشتركة ·

ثالثا : ان المواقف تتوارى بعضها فى بعض ، ومن ثم فان تصنيفها بشكل متعسف قد يشوه الحقيقة ·

رابعا : وحتى لو وضعنا تصانيف مثالية ، فان المقارنة بين شخصين هما أ ، ب ممن يقال ان بينهما ذلك الموقف المشترك ، تكون مقارنة تقريبية ، لأن مقومات الموقف فى كل منهما قد تكون بنسب مختلفة ، على أنه قد تحققت نتائج طيبة بالتصرف ، كما لو كانت متشابهة ·

---

(١) R. M. MacIver, «Society».

(٢)
تغـــير الرأى

يعبر الأفراد عن آرائهم فى المســائل محل الخــلاف ، ففى المجتمعات الراكدة نسبيا ، يكون عدد المسائل محل الخلاف قليلا فى أى وقت ، أما فى غيرها فان مجال الخلاف يتسع · ويتضمن التغير فى أى جانب من جوانب الثقافة عملية الرأى فى الجماعات ، ومن ثم فان كل تغير فى الثقافة هو تسجيل لتغير فى الرأى ، وقد يكون أى شىء محل خلاف ، فقد ثبت أن كل شىء تقريبا كان فى وقت من الأوقات محل خلاف ، ففى المجتمعات البسيطة حين كان الجمود سائدا كان كل تجديد يلقى مقاومة شديدة ·

والواقع أن الآراء تنمو أو تتأثر أو تتغير بسرعة بالنسبة للموضوعات التى لا يكون لدى الفرد عنها آراء مسبقة أو مشاعر ثابتة · كذلك تتغير الآراء بالنسبة للمسائل العارضة بسرعة أكبر منها بالنسبة للمسائل الحاسمة ، وقد كان ذلك واضحا ومنطقيا من عهد بعيد ، ففى مصطلحات علوم الاجتماع الحديثة ان « محتوى الاتصال يكون أقوى فاعلية فى التأثير فى الرأى العام بالنسبة للمسائل الجديدة أو التى لم تستقر بعد ، أى تلك التى لا ترتبط ارتباطا خاصا بمجموعات المشاعر الموجودة ·

ويمكن تكوين أحكام عامة عديدة عن الرأى من خلال دراسة كتابات أفلاطون ، وحتى آخر ما كتب فى العلوم السياسية ، ونذكر فيما يلى بعض الأمثلة نضربها عشوائيا :

◉ فى رأى أفلاطون ، أن التغيرات فى الرأى تفرض بالقوة تحت تأثير شـدة الألم أو الحزن ، « فالمفتونون هم الذين يغيرون آراءهم تحت تأثير السرور أو تحت تأثير خوف صارم » •

◉ ويقول « كولى » Cooley « ان الجماعة تغـير آراءها بنفس الطريقة التى يغير بها الفرد رأيه تقريبا ، فالفرد يجب أن يولى وقته والتفاته للمسـألة وأن ينقب فى وعيه عن الآراء والعواطف الثـابتة ، ويدمجهـا معا فى كل واحـد ، قبل أن يعرف فكرته الحقيقية عن المسألة •• وبالنسبة للأمة ، يجب أن يحدث الشىء نفسه ، وانما على نطاق أكبر » •

◉ ويستخلص « أ• هـ• باجيت » E. H. Paget من التغير المفاجىء فى الرأى فى الجماهير الكبيرة المبادىء التالية :

أولا : أن رأى الجماعة الذى لا يقوم على أسـاس من الفهم الدقيق للنقاط محل البحث ، ولا يدعمـه ارتباطات قوية بحكم مسبق ثابت ، هو رأى سهل التفكك •

ثانيا : ان الكثير من تعبيرات الرأى ليست الا تمسكا فارغا بالشكليات ، وقد يبدو أن التغيرات فى الرأى قد تحدث عرضا ، لكن الواقع هو ان المشاعر المساندة للرأى تجتاز مراحل تغير قبل ذلك بوقت طويل •

ثالثا : قد يتغير رأى الجماعة بسرعة بسبب عدم حكمة وسوء تصرف أولئك الذين يحاولون توجيه الرأى ، فالقادة قد يغالون فى ثقة الشعب فيهم ومساندتهم لهم ، ومن ثم يحاولون المغالاة فى احداث التغييرات •

رابعا : هنـاك رغبة عامة عند اعضاء الجمهـور الكبير فى الاستجابة ايجابيا « التصويت بـ (نعم) » على المقترحات ، على حين انهم يظلون محتفظين بشكوكهم ، ومن ثم قد تغير الغالبية رأيها بسرعة كبيرة ، وقد تأكد ذلك تجريبيا ٠

خامسا : ان الجمهور ، كقاعدة عامة ، يعترض علىمواقف لا على مبادىء ، ومن ثم قد تحدث تغيرات فجائية فى الرأى اذا تعدل الموقف ٠

سادسا : ان دخول قوة شخصية جديدة تمثل بوضوح مسألة من المسـائل ، قد يحدث تغـيرا مفاجئا في الرأى ، أما الحقائق والأسباب والبراهين فقلما كان لها سيطرة ثابتة على عقول معظم الناس ٠

(٣)

وسائل الاتصال ، تغير الرأى

ان تكوين وتغيير الرأى ـ شأنهما فى ذلك شأن غيرهما من العمليات الاجتماعية ـ يتأثران بطرق الاتصال من نواح كثيرة ، أهمها حجم الجماعات التى تدخل فى نطاقها ، وتوزيع هذه الجماعات فى أماكن أكبر • فبفضل طرق الحديث والايماء لنقل الرموز يستطيع أبسط الناس وأشدهم بدائية أن يركزوا التفاتهم ، وأن يتناقشوا ، وأن يواصلوا جوانب أخرى من عملية الرأى ، وان يكن داخل جماعات صغيرة وفى مناطق جغرافية محدودة ، وبفضل اختراع أجهزة اتصال جديدة كالراديو والتلغراف والتليفون والتليفزيون ، يمكن لمنطقة استماع ساكن المدينة المعاصر أن تشمل العالم كله فعلا ، كما يمكن فى بعض الاهتمامات المتخصصة على الأقل أن تكون بعض جماعات الحوار واسعة النطاق ان لم تكن عالمية ، كما أن منطقة استماع قارىء الصحف ، على الأقل بالنسبة لأنواع معينة من الأخبار كجرائم القتل المروعة مثلا أو كحادث غريب فى دنيا الحب ، أو أخبار التجارة ، أو غرائب السلوك ، تتسع لتشمل العالم كله تقريبا •

وتتضمن طرق الاتصال كافة الطرق التى ينتقل بها المعنى من فرد الى آخر ، وهى تتراوح بين الايماءة البدائية الغامضة الى أحكم الشفرات والرموز التى لا تسمع ، من الصورة الساذجة التى تمثل فكرة الى أدق الرموز التى تدل عليها الرمزيات الرياضية ، ومن

الصرخة العارضة التى تحمل معناها فى ثناياها الى الألفاظ العلمية المحكمة المحددة • وهذه المعانى قد تفهم داخل جماعات متباينة الحجم ، من طفلتين فى المدرسة يكون لمعانيهما الخاصة ارتباط فريد ، الى أولئك الذين تمرسوا فى حل الشفرات والرموز الرياضية العالمية ، كعلم خاص أو كلغة عالمية • وتنقسم طرق الاتصال من حيث عملياتها الأولية الى طرق فنية أساسية وهى عالمية ، وطرق ثانوية تسهل عملية الاتصال •

وهناك عدة عوامل تسهم فى كفاية الاتصال ، منها قوة التعبير أو مدى الآراء والمشاعر التى يستطيع حملها ، ودوام تسجيله أو التغلب على عنصر الزمن ، وسرعته ، أى التغلب على بعد المسافة، وانتشاره أو وصوله الى كل طبقات الناس •

فحين عرف أفلاطون حدود حجم المدينة بأنه عدد الناس الذين يستطيعون أن يسمعوا صوت خطيب واحد ، انما كان يوضح الحدود التى يفرضها الاتصال على المجتمع ، ذلك أن تكامل أية وحدة اجتماعية انما يتوقف على القدرة على نقل الأفكار ، وتوصيل الأوامر الادارية ، ومنع التفسخ عند النقط النائية ، ومن الحقائق المعروفة أن حجم الوحدات السياسية محدود بوسائل الاتصال والنقل • فبواسطة رحلات الخيل ، ورسل البريد ، والاشارات ، سيطرت الامبراطوريات القديمة على أراض شاسعة ، لكن كان لها دائما موضع قدم راسخ فى المناطق النائية عن مقر الحكم ، ومع ذلك فان التنسيق القوى بين العالم المعروف فى ذلك الحين كان مستحيلا ، لهذا كثيرا ما يقال ان الدول القومية الحديثة انما نشأت بفضل انتشار الاتصال القوى ، فالسيطرة المنظمة للرأى العام فى المجتمعات الكبيرة لم تكن ممكنة الا حين أمكن للرأى أن يتكون ويلقى تعبيرا عند جماعات كبيرة فى حدود فترات زمنية قصيرة •

كذلك كان أثر البيئة الطبيعية عاملا هاما فى تكوين العقائد ، وفى عملية تكوين الرأى ، وفى تغيير المعتقدات فى الثقافات البدائية البسيطة ، وفى الثقافات الجماهيرية ؛ ومن ثم كانت العلاقة قوية بين البيئة الطبيعية وبين محتوى الأساطير ، وفكرة الآلهة وطبيعتها ، وما بعد الحياة ، وقصص الشعوب ورواياتها ، ورموز اللغات وغير ذلك ، بل ان كثيرا من الاستعارات والتشبيهات والمحسنات اللفظية والبديعية يؤخذ من أشياء تكون شائعة فى البيئة ، يوضح ذلك ما فى القرآن الكريم وتعاليم السيد المسيح من اشارات متكررة الى الأعناب والأشجار والأغنام والراعى الصالح وما شاكل ذلك ، كما ان الأمثال التى تضربها جماهير الشعوب انما تعكس بيئاتها ٠

(٤)

الايمـاء ، والرأى

ان كل الحركات والأوضاع البدنية التى ينسب لهـا معنى تتضمن شكل الاتصال الذى نطلق عليه اسم « الايماء » ، وأشكال التعبير هذه تتراوح بين تفسـير حركة لا ارادية فى التدليل على موقف ، وبين الاستخدام الواعى لمجموعة محكمة من الاشـارات كمجموعات الاشـارات الوظيفية التى يستخدمهـا عمال السكك الحديدية ورجال المساحة وعمال البناء وطلبة الكشافة وهى لغة الاشارة الصامتة ٠ على أن بعض الايماءات كابتسامات الأطفال أو تقطيباتهم لا يتعلمها الأطفال ، وكذلك الحركات اللا ارادية من العيون والأيدى ، التى تصدر عن شاهد فى محكمة ، وهذه الايماءات لها معناها الاجتماعى ، لأنها تفسر ، حتى لو أخطأت تفسيرها الأم الشغوفة بطفلها والقـاضى الذى يستمع الى الشـاهد ٠ ومعظم الايماءات ليس لها ذلك التفسير الفردى المتخصص ولكنها جزء من جماعات الثقافة المشتركة التى تقوم بتعليمها واستخدامها كشكل مساعد ومكمل من أشكال الاتصال ، حتى ان أبسط هذه الايماءات يجب أن تفهم فى صورة معناها المرتبط به فى ثقافة بذاتها ٠

(٥)

اللغــة ، والرأى

ان اللغة أسمى من الايماء ، بسبب اتساع مداها ، ومعانيها المحددة ، والفروق التى لا تكاد تذكر فى التعبير ، والقدرة المطلقة على التجديد • وعلى أحسن الفروض يمكن القول بأن الايماءات اذا قورنت باللغة ليست الا شــكلا بدائيا مســاعدا من أشــكال الاتصال ، على أن أشكال اللغة ما لم تدون لا يمكن الاحتفاظ بها تماما ، لأن التغييرات فى رواية الكلام وانتشار الروايات الشفوية أو « الدردشة » كل ذلك يضلل •

واللغات جزء من ثقافات كل الشعوب ، فالطفل ، بعد أصواته وصيحاته التجريبية ، يبدأ فى اتخاذ الأشكال اللغوية ، كما يحصل عناصر اخرى من الثقافة ، وهكــذا نجد الطفل مقيــدا بالمعنى والفكرة التى توجد فى لغته ، ولغتنا تقيد بشــكل حقيقى مدى أفكارنا ، ذلك أننا نتعلم الكلمات أولا ثم نتعلم المعــانى والآراء والمفــاهيم ويقول « كولى » فى ذلك « أن الكلمة تأتى أولا فى العادة ، انهــا تسبق الفكرة وتضيئها ــ ولن نحصــل على الفكرة الا اذا حصلنا على الكلمة أولا » •

(٦)
القراءة ، والرأى

تؤدى الكلمة المقروءة الى تغيير الرأى تغييرا ملحوظا ، لهذا كانت مشكلة أثر القراءة على الرأى العام الشعبى ، هى احدى المشكلات التى تجرى مناقشتها دائما منذ أقدم العصور ٠

فقد دعا أفلاطون ، مثلا ، الى اختيار الأعمال الأدبية التى يستهلكها الجمهور للدعاية لوجهة نظر معينة ، فهو يقول أنه « لا بد من فرض رقابة على كتاب القصة حتى يوافق المراقبون على القصة الجيدة وينبذوا القصة الرديئة » كذلك يقول أفلاطون ان الشعراء يكتبون الأكاذيب ومع أن الكذبة المقصودة قد تكون مناسبة سياسيا ، فان أفلاطون يطالب بمنع الأكاذيب الأدبية غير المناسبة ٠ كذلك اعترض أفلاطون أيضا على الشعراء لأنهم جعلوا تعليم الشعب على يد الفلاسفة أمرا صعبا ، ولأنهم أثاروا العواطف الانسانية ٠ ومن ناحية أخرى ، أكد أفلاطون دور الأدب فى الدعاية لكنه أكد أيضا أن الرقابة واجبة حتى يمكن منع كل أنواع الشعر ، ما عدا الشعر الذى يخدم أغراض الدولة ٠

أما أرسطو ، فيحدد الرقابة السياسية على الفنون بتنظيمها فى تعليم الأطفال الصغار على أنه لا يقول أكثر من أن على معلمى الأطفال والمشرفين عليهم أن يعنوا بما يجب أن يسمعه الأطفال من روايات وقصص ٠

وبانتصار المسيحية زادت قيمة الأدب نتيجة لما كان يعتقد من أن الأدب يغرس القيم الخلقية . أما فكرة « الفن من أجل الفن » فانها لا تظهر لا فى التقاليد الافلاطونية ولا فى التقاليد المسيحية .

وبظهور الطباعة بدأت الأمية فى الزوال وازدهر الأدب الشعبى .

وفى حوالى القرن الثامن عشر ظهر أدب الطبقات والجماعات وغير ذلك من شرائح المجتمع ، ثم كشف الأدب بعد ذلك عن خصائص الجماعات الثانوية داخل ثقافات معينة وكذلك خصائص الجماعات بصورة عامة ، فمثلا كانت هناك ثقافة نامية للطبقات الوسطى ففى انجلترا وفرنسا جرى عرض حياة الطبقة الوسطى بما يصحبها من قيم الاجتهاد والاقتصاد فى الانفاق والأمانة ، وعرضت هذه القيم فى كتابات « ديفو » Defoe و « موليير » Molière و « جون بانيان » John Bunyan و « سويفت » Jonathan Swift و « فيلدنج » Fielding و « ريتشاردسون » Richardson .

وفى القرن التاسع عشر حمل الرسالة نفسها « ماكولى » MaCaulay و « ثاكرى » Thackeray و « اليوت » Eliot و « ديكنز » Dickens وكثيرون غيرهم ، فى كتاباتهم عن الطبقات المتوسطة ، وظهرت فى المجتمع العربى أنواع ونماذج مختلفة من الطبقات والجماعات ، كتب عنها فى الأدب الشعبى .

وتضع الآداب القومية وآداب الجماعة رموزا لمناصريها ولخصومها ، ومن ثم ، يستطيع القول بأن لدينا مقالات فى الآداب الشعبية تشكل طقوسا قومية كبعض اشعار «شيكسبير» Shakespeare و « جراى » Gray وبعض أشعار التراتيل .

(٧)

الكلام ، والرأى

برهنت الحرب العالمية الثانية على مدى قدرة الكلمة المسموعة على تغيير الرأى ، فالاذاعات المختلفة التى كان دعاة « المحور » يوجهونها الى الجماهير الكبيرة المعادية كانت تستهدف احداث تغير فى الرأى واضعاف الروح المعنوية بطبيعة الحال . ومن التكتيكات النازية فى السنة الأولى من الحرب ما وصفه « تشارلس ج. رولو » Charles J. Rolo بأنه « حرب أعصاب » سارت فى أربعة مراحل متميزة .

ففى المرحلة الأولى استهدف المذيع الحصول على جمهور من المستمعين وكسب قدر من الشعبية ، ففى الاذاعات النازية على انجلترا كان أكثرها فاعلية ما قام به « اللورد هاو هاو » Lord Haw-Haw ذلك الخائن الانجليزى الغريب ، الذى كان صوته يصل الى مستمعين يتجمعون حول أكثر من أربعة عشر مليونا من أجهزة الاستقبال البريطانية .

وفى المرحلة الثانية ، بدأ اللورد ، « هاوهاو » يثير حربا سيكلوجية أهلية ، فشن هجمات على المؤسسات الرئيسية البريطانية وعلى الزعامة البريطانية ، كما عمد الى الثورية بالأسماء والنداءات العاطفية الجياشة .

أما المرحلة الثالثـة ، فكانت مرحلة التهـديدات المشئومة ، والأكاذيب البالغة ، والتحذيرات التى لا تتوقف عن الغضب الذى سـيحل بالانجليز والدعـوة المحمومة الى التخلص من الزعمـاء الفاسدين و « المطالبة بالسلم » .

وهكذا يتضح ان رجل الدعاية النـازية كان يعمل « عمل المتدح لما حدث وللقضاء على روح السخط » وكان مشغولا دائما بتشكيل الرأى وتغييره عن طريق « الكلمة المسموعة » وهو عمل وصفه « جوبلز » Goebbels بأنه « اعادة تشكيل الرأى العام » فقد كان الدعاة النازيون معنيين بارشاد النـاس والسيطرة عليهم ، ونشير هنا الى صورة واحدة من صور تغيير الرأى قصدا ، فبعد ست سنوات من التدريب والتثقيف العسـكرى النازى قيل ان القوات الألمانية ذهبت الى الحرب بغير حماس ولا ترحيب ، وكانت بداية الحرب صدمة لشعب بدأ يقتاد الغير بغير مقاومة ، وكانت هناك ذكريات يائسة عن الهزيمة فى الحرب الأولى ، ومن ثم كان أول مهمة أمام « جوبلز » هى أن يقضى على التشابه بين الحربين أما « هتلر » فقد حاول أن يشد الشعب الألمانى من السلم الى الحرب دون ادراك وشنت حملات دعاية كثيفة بالراديو فحواها الاصرار على أن الجيوش الألمانيـة لم تهزم قط فى الحرب العالميـة الأولى ، وفضلا عن ذلك فان الحرب الثانية مختلفة اختلافا تاما عن الأولى ، وفى الوقت نفسه لم يطلب هتلر تعبئة عامة ، ولم يكن « الكلام » عن الحملة البولندية يصفها بأنهـا « حرب » وانما يصفها بأنهـا « حملة تأديبية » وبعد أن أصبح واضحا أن حربا مستمرة تجرى ، أكد رجال الدعاية النازية الفوارق بين الحربين ، على أنهم فى هذه المرة كانوا مستعدين ، فالمحاصرة لن تنجح ، لأن النازيين – بعيدى النظر – كانوا قد طبقوا نظـام البطاقات التموينية واكتنزوا المواد ، وهذه المرة سيكون العدو محاصرا ، وألمانيـا تستطيع أن

تعتمد على المواد الغذائية الكثيرة التى يمكن أن تأخذها من روسيا الصديقة ومن الجيوش المقهورة ، كذلك كانت الحرب العالمية الأولى طويلة الأمد لكن النازيين أعلنوا أن حربهم الثانية ستسير فى انتصارات متتابعة تنتهى بسرعة الى السلام ، وكان ذلك حقيقة فى السنتين الأوليتين . كل هذه الأفكار وكثير غيرها ، عززتها حملات دعائية أخرى حافلة بموجة متصاعدة من الأمل والتمجيد والزهو للسنتين الأوليتين ، ولقد حارب رجال دعاية جوبلز بأسلحة متنوعة من الجدل ، لكن التغيرات فى الرأى كانت فى أساسها ثمرة الانتصارات الخاطفة للنازية فى الميدان ومن ثم كانت الدعاية مهمة للتفسير وللمحافظة على الروح المعنوية من يوم ليوم ، لكن تغير المشاعر الأساسى انما حدث من الانتصارات فى الميدان ، لكن سرعان ما جاءت الهزائم والشكوك التى لم تستطيع الدعاية أن تقهرها ، وان استطاعت بعض الوقت أن تخفى شكلها المخيف ، وتقلل من تهديدها .

ومن أمثلة تغير الرأى عن طريق الكلمة المسموعة تلك الحملة التى قامت بها « كيت سميث » Kate Smith المذيعة الأمريكية التى استطاعت أن تجمع ٣٩ مليون دولار من الشعب الأمريكى فى يوم واحد ، ففى أحد أيام سنوات الحرب ـ ٢١ سبتمبر سنة ١٩٤٣ ـ وجهت هذه المذيعة المحبوبة ٦٥ نداء بالراديو طلبت فيها من مستمعيها أن يشتروا سندات الحرب فاستجابوا لها على الفور .

(٨)

الصــور ، والرأى

لعل خير طريقة لاثبات الحقيقة المتمثلة فى أن الصــور تغير الرأى ، هى استعراض عدد من الدراسات الرائدة التى قام بهــا « ل٠ ل٠ ثيرستون » L. L. Thurstone ومن الدراسات الشاسعة التى قام بهــا « كارل هوفلاند » Carl Hovland تحت اشراف الجيش الأمريكى ، فقد قام الأستاذ « تيرستون » لعــدة سنوات بعد سنة ١٩٢٩ باجراء اختبارات للمشاعر بالنسبة لطلبة المدارس الثانوية فى بعض المجتمعات الأمريكية ٠ وكانت مشكلات تغير الرأى التى درسها هى تأثير الصور المفردة ، والتأثير التراكمى للصور ، والحاح التأثير ٠ وكانت الاختبارات التى استعملت هى مقاييس المشاعر ، واختبارات المقارنة بين كل اثنين ، أما سير العملية والنتائج فكانت كما يلى :

أولا : أعطى مقياس مشاعر نحــو الألمان والحرب الى ١٣٣ طالبا ثانويا بمدرسة جنوا Genoa بولاية الينوى Illinois وبعد اثنى عشر يوما عرض فيلم « الأبنــاء الأربعة » وهــو فيلم يعطف على المشكلات الشخصية لأسرة ألمانية ، وفى اليوم التالى أعيد اختبار الطلبة ٠ وعلى مقياس من ١١ نقطة ، كان متوسط مشاعر الجماعة قبل رؤية الفيلم ٥ر٦٦ ٠ وأصبح بعــدها ٥ر١٨ وهو تغير فى الرأى ملائم للألمان فى مقدار الفرق وان لم يكن كبيرا أما الاختبارات الخاصة بالحرب فقــد أظهرت تغيرا من متوسط ٥ر١٩ الى ٥ر١٠ وهو تغير صغير نحو استنكار الحرب ٠

ثانيا : عرض عدد من الصور عن القمار ، في عدة أوساط لكن ذلك لم يحقق أى تغير فعلى فى الرأى ، ففى أحد الأوساط كان المتوسط قبل العرض ٦ر٩٦ وأصبح بعد العرض ٦ر٩٧ كذلك عرض فيلم عن عقوبة الاعدام ، ولكنه لم يحـدث تغيرا يذكر • وعرض فيلم عن « القانون الجنائى » على ٢٧٦ طالبا فى «واتسكا» Watseka وعلى ٢٤٦ طالبا فى « جالزبرج » Galesburg فأحدث تغييرا ملحوظا فى المشاعر نحو معاقبة المجرمين ، فقد حدث تغير يدعو الى التساهل من ٣٠ر٥ الى ٨٠ر٤ فى « واتســكا » ، ومن ١٣ر٥ الى ٦٤ر٤ فى « جالزبرج » •

ثالثا : حدثت تغيرات ملحوظة فى التعبير عن الرأى حــول الجماعات العنصرية بعد عرض بعض الصور ، فقد عرض فيلمان هما « ابن الآلهة » Son of the Gods وهو قصة غرامية عاطفية مثيرة عن احــدى أبطال الصين و « مرحبــا بالخطر » Welcome Danger وهو فيلم معاد للاهتمامات الصينية قدم السفير الصينى احتجاجا بشــأنه • وقد عرض الفيلم الأول فى جنوه Genoa والآخر فى شيكاغو الغربية West Chicago بولاية الينوى ، فأحدث الفيلم الأول تغييرا فى مشاعر طلبة المدارس الثانوية ، ملائما للصينيين متوسطة من ٧٢ر٦ الى ٥٠ر٥ وهو تغير كبير جدا ، أما الفيلم الآخر فلم يحدث الا زيادة بسيطة فى العداء (من ٧١ر٥ الى ٨٨ر٥) ، ومع أنه قد يكون صحيحا بصفة عامة أن الرغبة تتجه الى اجراء تغييرات ملائمة لا تغييرات مضادة ، فان هذه النتائج لا يمكن استخدامها فى اثبات هذا القول ، لأن الأفلام ليست متعادلة •

أما أهم تغير ملحوظ فى الرأى حول المسألة العنصرية ، فقد ظهر بعد عرض فيلم « مولد أمة » The Birth of a Nation الذى عرضت نسخته الناطقة فى سـنة ١٩٣١ على ٤٣٤ طالبا ثانويا فى « كرستال ليك » Crystal Lake بولاية الينوى ، فقد كان التغير فى مشـاعر العـداء نحـو الزنوج ملحوظا فى المقيـاس من ٧ر٤١ الى ٣ر٩٣ .

رابعا : اختبر التأثير التراكمى للصور فى مدينة «موسهارت» Mooseheart حيث أمكن التحكم فى الخبرات المصورة عند جمهور المشاهدين ، فقد قسم ٧٥٠ طفـلا الى خمس مجموعات وعرضت عليهم الصور فى مجموعات مختلفـة ، وقد لوحظ تأثير تراكمى بسيط فى معارضة الحرب بعد عرض فيلمى « كل شىء هادىء فى الجبهة الغربية » All Quiet on the Western Front و « نهاية رحلة » Journey's End معـا ، واختلف هـذان الفيلمان كثيرا بعضهما عن بعض من حيث قوة مخاطبتها للأطفال من هذه الفئـات العمرية وكانت النتائج غير كافية .

خامسا : درس الحاح التأثير عن طريق اعادة الاختبـار على فترات تتراوح بين ١٠ أسابيع و ١٩ شهرا فظهر أن تأثير الأفلام استمر وبقى ، وان كان ثمة اتجـاه عام للعودة الى الوضع الذى كان قبل عرض الفيلم ، وقد يكون هناك مجال للتشكك فى دقة هذا الاختيار اذ أنه من المحتمل أن تكون هناك عوامل أخرى من بينها ذاكرة المشاهد لاستجابة فى الاختبار السابق ، بالاضافة الى تأثير فيلم واحد بالذات .

واسـتخدم الجيش الأمريكى سـلسلة من الأفـلام عنوانهـا « لماذا نحارب ؟ » .

تستهدف تثقيف القوات المسلحة بالنسبة للأحداث التى أدت الى مشاركة أمريكا فى الحرب ، وقد استخدمت « اختبـارات قبل وبعد العرض » على عينات كبيرة من الجنود وجماعات المقارنة ٠ واستخلص القائمون بالبحث من ذلك ما يلى :

« ان الفيلم كان فعالا فى تغيير الآراء فى بعض المجـالات ، أى أن الفيلم أدى الى تغيير تفسـير الأفراد للحقائق ، وأعطاهم أيضا حقائق جديدة ، على أن هذه الآراء المتغيرة كانت كلها مرتبطة ارتباطا وثيقا بالمادة التى تضمنها الفيلم على التحديد ٠٠ وعلى حين أن الفيلم أحدث آثارا كبيرة نسبيا حول المادة التى تضمنها بصفة محددة وعلى حين أن الآراء تغيرت تغيرا ملحوظا بالنسبة لما قام به البريطانيون فى معركة بريطانيا ٠٠ فانه لم تحدث تأثيرات تذكر بالنسبة للمسائل ذات الصفة العامة التى تتناول عمليـة الحرب أو فطنة البريطانيين » ٠

وبعبارة أخرى ، فان مغزى هذه السلسلة الطويلة من دراسات الأفلام التوجيهية هو أن التغير الملحوظ فى الآراء المحددة لم تصحبه تغيرات فى المشاعر العامة ٠

وثمة نتيجة غريبة جـدا وغير متوقعة من هذه الدراسـات الكبيرة هى أن الأفلام التثقيفية بالنسبة « لتغير الرأى » ــ تمييزا لها عن الأفلام التعليمية الحقيقية ــ لم تظهر نتيجتها القصوى فى تغيير الرأى بعد عرض الفيلم مباشرة وانما ظهرت فى الاختبارات التى أجريت بعد العرض بتسعة أسابيع ٠

ثالثا : مبادىء « قياس الرأى العام »

الواقع أن قياس الرأى العام يشكل عملية معقدة غاية التعقيد

فأولا : من المسلم به أنه ليس هناك اتفاق قاطع على معنى « الرأى العام » فاصطلاح « الرأى العام » هو اصطلاح فضفاض لا تقدر الكلمات على أن تعطى له تعريفا محددا جامعا مانعا ·

وثانيا : فان المبادىء التى تحكم الرأى العام ليست مبادىء ثابتة ، ومرجع ذلك الى أن ما نعرفه عن السلوك الانسانى قليل جدا وغير قاطع من الناحية العلمية ·

وثالثا : فان قياس الرأى العام يثير مشكلات كثيرة ، ذلك أن الجمهور الذى تشكل مواقفه ومشاعره الرأى العام ، ليس جمهورا « جامدا » بقدر ما هو جمهور ترعرع فى مجتمع معين ، فماضيه الشخصى والثقافى ملتصق به على شكل عادات تثور أو لا تثور بالدوافع الاجتماعية الهامة ، وما ان يصبح الرأى العام واقعيا وفعليا حتى تتغير هذه العادات ، وهذا التغير ينتج تغيرات أخرى · وفضلا عن ذلك ، فان الناس قد ينفعلون انفعالات متباينة أو متضاربة فى المواقف المتماثلة ، ومن ثم تكون هناك تغيرات فى الرأى العام · وكلما ازداد تحضر الجماعة حدثت تغيرات فى الثقافة ، وبالتالى فى الرأى العام ، وتستمر هذه العملية الى ما لا نهاية ·

(١)
دقة القيـــاس

ومهما يكن من أمر ، فان المبدأ الأول من مبادىء قياس الرأى العام ، هو أنه يجب على القائم بالقياس أن يحلل الآراء وأن يعدها ويحسبها ، ويجب أن يوجه الالتفات الى معنى الرأى ، فلكل سؤال جانبان وعدة أوجه يمكن أن يرى السؤال منها ، وهــذا يعكس هيكل الرأى • فهناك من هم مع الرأى وهناك من هم ضده ، وبين هذين الفريقين فريق لم يستقر على قرار أو فريق « لا يعرف » والاستفتاء لا يعكس فحسب قوة أو شدة شــعور الفرد بالنسبة لسؤال ما ، بل انه يشكل أيضا توجيها اجتماعيا وبنــاء خلقيا بالنسبة للمجيب •

وتكون بعض الآراء متبلورة فى عقل الجمهور ، بصـــورة لا تتطلب الا أقل مقابلة لتوضيحها بينما تكون بعضها غير متبلورة أو غائصة بعمق فى وعى الفرد بصورة تعوق اخراجها بمقابلة استقصائية جارية • ويقول فى ذلك « المو ويلسون » Elmo Wilson « أن نوع المقابلة الذى يستخدم انما تحكمه عدة اعتبارات ، منها درجة المواربة واصطناع الحيل والاختبــار النفسى الدقيق الذى يتطلبه اثارة المشاعر الصحيحة » ثم يضيف قائلا « حتى تفســير النتائج الأخيرة لدراسة الرأى قد يختلف كثيرا من حيث مصلحة

الشخص الذى يقوم بالتقرير عنها أو مصلحة الشخص الذى ترفع اليه »(١) .

وليست الأساليب التى تستخدم فى الاستفتاء جامدة فقد وضع « الموروبر » Elmo Roper مثلا نموذج سؤال يمثل مقياسا ذا أربع درجات ، يتيح للمجيب أن يسجل بالتقريب درجة مشاعره(٢) نحو مسألة محددة . كما قام اثنان آخران من الباحثين فى الرأى العام ـ هما «دانيل كاتز» Daniel Katz و «هادلى كانتريل» Hadley Cantril بتجربة استخدما فيها اجراءات بمقتضاها يعبر المجيب أولا عن رأيه فى مسألة ما ، ثم يطلب اليه بعد ذلك أن يبين ما اذا كان يتمسك « بشدة » باعتقاده أو « بشىء من الشدة » أو « بغير شدة » على الاطلاق(٣) ، على أنه لم يتحقق نجاح كبير فى حل مشكلة شدة المشاعر فى قياس الرأى ، فما يزال التوجيه الاجتماعى وهيكل طبيعة المجيب يعوقان الحصول على صورة صحيحة لعقل الجمهور .

وتظهر الاختبارات أحيانا أن استفتاءات الرأى تسير فى طريق خاطىء ، بسبب العوامل الذاتية التى تشوه النتائج من ناحية ، وبسبب الطرق المستعملة من ناحية أخرى (كالاختيار الخطأ للعينات ، أو نقص الشدة والثبات) .

ولقد فحص « هربرت بلومر » Herbert Blumer الأستاذ بجامعة شيكاغو استقصاءات الرأى العام المعمول بها فوجد أنه ينقصها الكثير فهو يرى أولا أنه ليس هناك جهد يبذل للتعرف على ـ أو لعزل ـ الرأى العام كشىء ، وثانيا أن دراسات محددة لم

---

(١) Elmo C. Wilson, «The Measurement of Public Opinion».

(٢) Roper's Multiple Choice.

(٣) Wilson, op. cit., P. 128.

تستخدم لاختبار اقتراح عام حول الرأى العام ، وثالثا أن هناك قليلا من المبادىء والقواعد العامة بالنسبة للرأى العـام برغم المقدار الضخم من دراسات استقصاء الرأى العام ، وهو يختم كلامه بأن استقصاء الرأى العام لم ينجح فى عزل الرأى العام كموضوع مستقل للدراسة(١) ٠

ويعتقد « بلومر » أن القصـور الكامن فى اسـتقصاء الرأى العام ـ كما يحدث الآن ـ انما يقع فى طريقة أخـذه العينات ، فطريقة أخذه للعينات حاليا تضطره الى معاملة المجتمع كأنه مجتمع يتكون من تجمع أفراد متنافرين ، وبالتالى فان الرأى العام بدوره يعتبر على أنه توزيع كمى لآراء الأفراد ، وهذه الطريقـة فى معاملة المجتمع ، وكذلك هذه الطريقة فى النظر الى الرأى العام ، يجب أن يعتبرا غير واقعيتين مطلقا ٠ ثم يمضى فيقول :

« اننا لا نعرف على الاطلاق ما اذا كان أفراد العينة يمثلون ذلك الجزء من المجتمع المتماسك فى هيكل واحد ، الجزء الذى يشترك فى تكوين الرأى العام حول مسألة معينة ، وكون العينة تضم عددا منهم أو حتى عددا كبـيرا منهم أمر محتمل جدا ، لكن فى مدى ما أستطيع تحديده ليس فى استقصاء الرأى العام ـ بالطريقة التى يجرى بها حاليا ـ ما يفيد بشىء فى هذا الشأن ، وهناك ما هو أهم ، فحتى مع فرض أن العينة تضم أفرادا يشتركون فى تكوين رأى عام معين ، فليس لدينا بيانات عن دورهم فى العملية ٠ ويقول « بلومر » اننا بالاختصار لا نعرف شيئا عن قيمة أو أهمية الفرد فى العينة ، أو أهمية رأيه فى الرأى العام الذى يتجمع أو الذى يعبر عن نفسه فى عملية المجتمع » ٠

---

(١) Herbert Blumer, «Public Opiniom and Public Opinion Polling.»

(٢)
دقة فهم النــاس

ولعل المبدأ الثانى من مبادىء قياس الرأى العام ، هو ضرورة التزام الدقة فى فهم الناس الذين تقاس آراؤهم ، ذلك أن شتى مناهج قياس الرأى العام الحالية ، تميل الى استبعاد حقيقة هامة تتمثل فى أن الجمهور ينحدر من طبقات مختلفة من السكان ، ولهم خبرات متباينة حتى داخل نفس الطبقة الواحدة ، ومن ثم فان المساواة النوعية بين كل الذين يختارون نفس البديل هى مساواة غير دقيقة ، فهناك من يملكون أسبابا لاختيار رأى معين وهناك من لا يملكون أية أسباب ، وتؤكد استقصاءات هذه الأيام حقيقة هامة هى أن رأى شخص واحـد قد يكون أكثر أهمية من رأى شخص آخر ، فمثلا تبين « بول لازارسفلد » Paul F. Lazarsfeld أهمية رأى قائد الفكر(١) . كذلك يقول « المو ويلسون »Elmo Wilson فى الوقت الذى تحلل فيه نتائج الآراء لا يبذل جهد جدى لابراز آراء تلك الأقلية الصغيرة من الجمهور الذين تنتشر آراؤهم المعبر عنها فى دوائر محورية بين أولئك الذين يتصلون بهم .

يضــاف الى أهمية رأى قائد الفكر أن الوضــع الاجتماعى للمجيب يجب أن يؤخذ فى الاعتبار فالمجيبون من الطبقة العليــا لا يرون أنفسهم غرباء عن آرائهم ، ولا يجدون اشباعا عاطفيــا فى الافضاء بآرائهم للشخص الذى يقابلهم لأنهم من النوع الذى

---

(١) Paul F. Lazarsfeld, «The People's Choice.»

« يوجهه ضميره » والذى يحس بمسئولية عن العمل ، وعلى العكس من ذلك هناك جماهير « يوجهها الغير » لا علاقة بين آرائهم وبين سير العمل الفعلى ، فهم يهتمون أكثر الاهتمام بآراء الآخرين لا بما يعتقدونه هم أنفسهم ، وهذا الموقف النفسى يعوق بعض الناس ، ولا سيما أولئك الذين يعيشون فى الريف من الاستجابة لطلب المجتمع بأن يكون لهم رأى وأن يعبروا عنه ٠

ويقول « بلومر » فى هذا الشأن ، ان الرأى العام له وضع فى المجتمع ، وهو وظيفة من وظائف هذا المجتمع فى سيره ، وثانيا أن المجتمع له نظامه وتنظيمه ، وليس مجرد تجمع من أفراد متنافرين ، وثالثا أن الجماعات الوظيفية تعمل بالطرق المتاحة فى المجتمع ، ورابعا أن الأفراد الذين يتخذون القرارات يواجهون حتما ضرورة تقدير مختلف المؤثرات والمزاعم والطلبات والالحاحات والضغوط التى تعترضهم ، وخامسا أن تكوين الرأى العام يحدث بقدر كبير عن طريق التفاعل بين الجماعات ، وسادسا أن الرأى العام بالمعنى الحقيقى يتكون من نمط الآراء المختلفة والمواقف بالنسبة للمسائل التى تعرض للأفراد الذين عليهم أن يتصرفوا استجابة للرأى العام(١) ٠

ولعل النقطة الهامة فى رأى « بلومر » هى ان تكوين الرأى العام والتعبير عن الرأى الذى يؤدى الى رأى عام فعال ، ليس عملا من أعمال سكان من أفراد متنافرين لكل منهم وزنه المماثل كوزن غيره ، لكنه وظيفة مجتمع متماسك فى كل واحد ، يتباين فى شبكة من أنواع مختلفة من الجماعات والأفراد ، لها أوزان ونفوذ متباينة وتشغل مراكز استراتيجية مختلفة(٢) ويعتقد « بلومر »

---

(١) Blumer, op. cit. P. 546.

(٢) Ibid, P. 547.

أنه لقياس الرأى العام قياسا سليما يجب أن يبـدأ تحليل الرأى بأولئك الذين يعملون وفق الرأى العام(١) .

وقد ناقش « تيودور م. نيوكوم » Theodore M. Newcomb. و « جوليان وودوورد » Julian Woodward رأى بلومر ، ويقـرر الاثنان أن « بلومر » عجز عن أن يهاجم أية مسائل حيوية فعلا فى استقصاء الرأى العام ، ويريان أن « بلومر » ركز كل اهتمامه على أن القائمين بمسح الرأى العام قد فشلوا فى تعريف هدفهم ، ورد « بلومر » عليهما بأن كرر اعتقاده بأن مفهوم اسـتقصاء الرأى العام ، بالصورة الحالية لهذا المفهوم ، لا يمكن الدفاع عنه .

---

(١) Ibid, P. 549.

(٣)

دقة استخدام اللغة

ولعل المبدأ الثالث من مبادىء قياس الرأى العام هو ضرورة توخى الدقة في استخدام اللغة ، ذلك أن صياغة الأسئلة التى تستخدم فى الاستفتاء تعتمد ، أول ما تعتمد ، على الألفاظ ، وهذه الألفاظ يجب أن تكون ذوات دلالات قاطعة بمعنى أن تكون الرموز التى ترتبط بها فى ذهن المجيب هى ذات الرموز التى ترتبط بها فى ذهن القائم بالاستجواب والا تجردت الألفاظ والرموز من مفاهيمها الحقيقية .

فاللغة اذن يجب دراستها بأقصى العناية لتحديد المعنى ، وذلك حتى يمكن تجنب « ازدواج » المعنى ، فقد ثبت أن عددا كبيرا من الناس الناطقين باللغة الانجليزية ــ وقد يستحيل تقدير عددهم ــ ينطقون بألفاظ هى عكس ما يعنون ، فمثلا « جميل » Fine معناها « هذا فظيع » that's terrible و « حسنا » Good معناها « رديئا » Bad و « هذا حسن » That's well معناها « هذا فظيع » That's Awful وهذا نوع وقائى من الكلام يسمح للصديق أو أحد المعارف الوثيق الصلة بأن يعرف العاطفة التى يعبر عنها ، لكنه يمنع الشخص الغريب من أن يعرف ما يعتقده المتكلم فعلا ، هذا الى أنه يسمح بقلب الوضع دون حاجة الى عكس اللغة ، فالشخص الذى يقول « حسنا » Good ويعنى « رديئا » Bad يستطيع حين يحاسب

على ذلك أن يقول « لقد قلت حسنا ، ألم أقل ذلك ؟ حسنا ، اننى حين أقول شيئا فاننى أعنى ما أقول »

I said «good», didn't I ? Well, When I say a thing, I mean What I say.

وبذلك يكون من العسير التمييز بين الحديث الصريح والحديث المعكوس ، فحين يختلط التهكم والتورية والحديث الملغوز بالحديث العادى يستحيل على الشخص الغريب أن يقدر بدقة معنى ما يقال، فالألفاظ تكون فى بعض الأحيان أداة وقاية ، كما تكون فى أحيان أخرى أداة اتصال ٠

(٤)

الدقة فى فهم المواقف

ولعل المبدأ الرابع من مبادىء قياس الرأى العام ، هو ضرورة التزام الدقة فى فهم المواقف ، وخاصة أن بعض مناهج القياس لا يعنيها الا أن تسجل ما اذا كان المجيب يؤيد رأيا ما أو يعارضه ، وكأن المطلوب من الفرد هو أنه اما أن يكون مؤيدا واما أن يكون معارضا لهذا الرأى ، هذا على حين أن الواقع الفعلى هو أن الجمع بين الضدين أمر شائع فى كل زمان وفى كل مكان . ويقول فى ذلك ، العالم المعروف « سيجموند فرويد » Sigmund Freud أن الجمع بين الضدين يمكن أن يعتبر ظاهرة أساسية فى كل حياتنا العاطفية(١) . ويقول « ستانلى د. بورتيز » Stanley D. Porteus أن الجمع بين الضدين صفة أخرى من صفات المشاعر الانسانية التى يؤكدها علماء التحليل النفسى بحق. كما يقول «سميث ايلى جيليف» Smith Ely Jelliffe أن الجمع بين الضدين فى الوعى الباطن له قدسية قوانين الجاذبية على أنه لا ضرورة لقصره على الوعى الباطن وحده ، فليس هناك عواطف غير مشوبة وبخاصة فى مجال العلاقات الاجتماعية ، فمواقفنا تكون أحيانا مركبة تركيبا غريبا من مشاعر متناقضة(٢) .

---

(١) Sigmund Freud, «Totem and Taboo»

(٢) Stanley D. Porteus, with assistance of Mary Hunter and J. Herrick, «The Practice of Clinical Pyschology».

(٥)

دقة فهم التغيرات الثقافية

ولعل المبـدأ الخامس من مبادىء قيـاس الرأى العام ، هو ضرورة التزام الدقة فى فهم التغيرات الثقافية • ذلك أن الوقوف على التغير الثقافى وأسـبابه ، يزيد من فهم الرأى العـام فهما حقيقيا • فمن المقطوع به أنه « فى حالة غياب أنماط ثقافية تجرى محاكاتها ويجرى تقليدها ، يكون الأسلوب الذى يتبعه الفرد لحل المشكلات الجديدة هو أسلوب تقييم المواقف الجديدة فى ضوء خبرته الماضية ، واتخاذ ما يتوقع أن يكون استجابة مناسبة قبل أن يسلك سلوكا صريحا(١) » والواقع أنه حين تتغير الثقافة يتحير الناس حين لا يعرفون ما يتوقعه منهم الرأى العام ، ولذلك يميل الفرد الى تقييم الموقف الجديد فى ضوء خبرته الماضية •

ويتصل بضرورة الدقة فى فهم التغيرات الثقافية ، ضرورة الدقة فى تقييم وسائل الاتصال السائدة فى المجتمع ، وذلك لأن هذه الوسـائل تلعب دورا كبيرا فى تثبيت التراث الثقـافى أو تغييره •

ويقول فى ذلك ، « روبرت وينر » Robert Wiener أن المجتمع لا يتسع الا بمقدار ما يتسع انتشار « الاعلام » فعلا • ومن الممكن ــ فى هذا الصدد ــ وضع نوع من القياس لهذا الأمر عن طريق

(١) Ralph Linton, «The Cultural Background of Personality»

مقارنة عدد القرارات التى تنفذ الى جماعة من الخارج بعدد القرارات التى يضعها المجتمع داخل ذاته ، وبذلك نستطيع قياس ذاتية المجتمع أو ذاتيته . فقياس الحجم الفعال لمجتمع ما يمكن أن نستنبطه من الحجم الذى يصل اليه المجتمع عند درجة معينة من الشخصية الذاتية(١) .

ويمضى « وينر » قائلا أن جماعة ما قد يكون لديها من المعلومات أكثر أو أقل مما يكون لدى فرد معين من أعضائها ، لكن المجتمع الانسانى يحتوى دون شك على معلومات أكثر مما لدى أى فرد فيه على أنه عن طريق السيطرة على أجهزة الاتصال ـ الصحافة ، الاذاعة ، السينما والوسائل الأخرى ـ من جانب قلة من أصحاب المصالح يجعل المعرفة المتاحة للجمهور محدودة جدا(٢) ، فأجهزة الاتصال فى يد أعداء المجتمع يمكن أن تكون أداة رئيسية لافساد استقرار المجتمع .. والأوساط الكبيرة « اذا خضعت لاعلام مقيد » لا تصلها الا معلومات أقل بكثير مما يصل الى الأوساط الصغيرة ، بصرف النظر عما هنالك من عناصر انسانية تتكون منها كافة الأوساط(٣) .

ويرى « وينر » أنه حين تغلق أجهزة الاتصال نسبيا ، فان التلاعب بالناس يصبح سهلا ، ويعلق فى مرارة بأن للأقوياء طريقهم الذى يسلكونه ، وأن الضعفاء يتصرفون بطريقة هى أقرب ما تكون الى صراع الفأر داخل المصيدة !

---

(١) Robert Weiner, «Cybernetics».

(٢) Wiener, op. cit., Pp. 187 - 188.

(٣) Ibid, Pp. 188 - 189.

رابعا ـ مناهج وأساليب « قياس الرأى العام »

فى حوالى منتصف القرن العشرين ، وبعد قدر كبير من التجريب استقرت عملية قياس الرأى العام فى شكل قياسى تقريبا . وكان « الاستقصاء » هو المنهج السائد .

غير أن الصعوبة الكبرى كانت تتمثل فى أن القائمين بالاستقصاء لم يكونوا يعرفون الا القليل عن مناهج قياس الرأى العام ، ولم يكونوا قد تعمقوا فى دراسة العلوم الاجتماعية بدرجة تحميهم من الزلل المشين المثير للسخرية .

أما الآن ، فان الاستقصاء ــ كوسيلة من وسائل قياس الرأى العـام ــ يلعب دورا ناجحـا فى عملية القياس ، وذلك نتيجـة للتحسينات العلمية التى أدخلت على فنون الاستقصاء .

ويمكن القول ، بصفة عامة ، ان الاستقصاء الناجح ينقسم الى ثمانى مراحل هى :

أولا : اختيار الموضوع الذى يشمله الاستقصاء .

ثانيا : اختيار الوسط (الموقع) الذى يجرى فيه الاستقصاء .

ثالثا : تحديد العينات .

رابعا : اعداد الاسئلة التى يتكون منها الاستقصاء .

خامسا : اجراء اختبار تجريبى قبل التنفيذ الفعلى للاستقصاء.

سادسا : اجراء المقابلة .

سابعا : استخلاص واعداد النتائج .

ثامنا : عرض النتائج .

(١)

اختيار موضوع الاستقصاء

وفيما يتعلق بالموضوع الذى يشمله الاستقصاء ، فانه قد يتراوح ما بين قياس آراء الناس فى اجراء حكومى على قدر كبير من الأهمية ، وبين قياس آرائهم فى أحد المرشحين لمنصب من المناصب العامة • بل ان هذا الموضوع – فى المجتمعات التى يشيع فيها استخدام فنون قياس الرأى العام فى الميادين التجارية – قد يتراوح ما بين قياس آراء الناس فى سلعة من السلع المعروضة للبيع ، وبين قياس آرائهم فى نجم مبتدىء من نجوم السينما أو المسرح •

لهذا ، فان الموضوعات التى يشملها الاستقصاء هى نتاج أوضاع وظروف مجتمع معين بالذات • ففى الدول النامية مثلا التى لا يضطلع فيها بأساليب قياس الرأى العام الا المنظمات الحكومية المختصة ، تقتصر هذه الموضوعات على الأمور الحيوية التى يتوقف عليها حسن العلاقة بين الحاكمين والمحكومين ، كالسياسة المحلية العامة ، والقوانين والسياسة الخارجية ، والعلاقات الدولية ، ومشكلات السلم والحرب ، وما شاكل ذلك من أمور بالغة الأهمية والخطورة • أما فى الدول المتقدمة التى يشيع فيها استخدام فنون وأساليب قياس الرأى العام ، فان الموضوعات التى يشملها القياس ، تكون متعددة ومتباينة • ففى الميدان التجارى ، قد يتناول قياس الرأى العام سلعا غذائية معينة ، أو منتجات صناعية ••• وفى

الميدان السياسى قد يتناول القياس المرشحين لرياسة الجمهورية ، أو المرشحين للمجالس النيابية ، أو المرشحين لمناصب عامة هامة ، أو الشاغلين الفعليين لأمثال هذه المناصب ... وفى الميدان الاجتماعى ، قد يتناول القياس نمطا معينا من أنماط التعليم والتربية ، أو فلسفة اجتماعية جديدة ، أو برنامجا مبتكرا لرفع المستوى الاجتماعى ، أو غير ذلك من الأمور ذات الدلالة الاجتماعية.

غير أن قياس الرأى العام ــ بصفة عامة ــ يستخدم ، أكثر ما يستخدم ، فى التحليل العلمى للرأى العام بالنسبة للموضوعات الهامة التى يتوقف عليها حسن العلاقة بين الحاكمين والمحكومين .

والواقع أن القياس يهدف الى ما هو أكثر من مجرد اعلام الحاكم المسئول بما يجرى وبما ينبغى عمله ازاء ما يجرى ، ذلك أنه يهيىء مجالا وفرصة لا لقياس سطح أمواج المد أو الجزر فى الرأى العام ، بل لقياس عمقه وشدته أيضا . فتحليل الرأى العام هو اذن طريقة عصرية لقياس مشاعر الجمهور والكشف لأعين الحاكم عن اتجاهها ، فهو يكشف طبيعة الرأى العام ويشير الى ما اذا كان أى برنامج عام ينسجم مع الآرارء السائدة ، كما يبين الآراء السائدة فى كل الأوقات وفى كل الظروف ، ويكشف من مناطق الجهل ومناطق المعرفة .

ويقول «روبين» Bernard Robin ان على الحكام أن يقيسوا بدقة مشاعر الجمهور نحو الحكومة على أمل جعل الحكومة أكثر تعبير واستجابة لتوصيات الجمهور(١) ، ذلك أن الانتظام فى جمع التعبيرات (الآراء) عن مشاعر الجمهور ورغباته وحاجاته يصلح أساسا للتنبؤ بما يجب عمله . وهذا النوع من البيانات

---

(١) Robin, op. cit, P. 14.

التى تجمع عن طريق الاستقصاء قد يزيد من الكفاية الادارية كما يزيد من التأييد الشعبى والمشاركة الشعبية • فالحكم الذى يمارسه الشعب هو الحكم الذى يقود فيه الحاكمون مشاعر الجمهور ويحتلون فيه موقعا وسطا ويتبعون ما يمليه عليهم ، ومن ثم تنشأ علاقة تبادلية بين دراسة مشاعر الجمهور نحو سياسة مقترحة وبين فهم الجمهور وتأييده ، وهذا هو لب الكفاءة فى الحكم ، فعن طريق قياس الرأى العام ، تستطيع الحكومة أن تحقق مشاركة الجمهور وتأييده ، الأمر الذى يؤدى الى زيادة كفاءة الحكم والثقة فيه •

لهذا يهتم القائمون بقياس الرأى العام ـــ عن طريق الاستقصاء ـــ باختيار الموضوعات التى يعالجها الاستقصاء ، وذلك حرصا منهم على أن تكون هذه الموضوعات داخلة فى نطاق الأمور التى يهتم بها غالبية الشعب ، وحرصا منهم على أن تؤدى النتائج المستخلصة من الاستقصاءات الى تحقيق ما تطمح اليه هذه الغالبية على نحو يحقق اشراك المحكومين اشراكا حقيقيا فعالا فى تسيير دفة الحكم ، وحرصا منهم على ألا يضيع وقت الباحثين عبثا فى تحليل وقياس مسائل وأمور غير ذات أهمية شعبية وغير ذات فائدة ملموسة فى تحقيق الترابط والالتحام بين الحاكمين والمحكومين •

(٢)

اختيار الوسط (الموقع) الذى يجرى فيه الاستقصاء

ولئن كان اختيار الموضوع الذى يشمله الاستقصاء هو الشاغل الأول للقائمين بقياس الرأى العام وتحليله ، فان اختيار الوسط الذى يجرى فيه الاستقصاء هو الشاغل الثانى ٠

ذلك أن العلاقة بين موضوع الاستقصاء والوسط الذى يجرى فيه هى علاقة ترابطية بمعنى أن النتائج المرجو الاهتداء اليها لا يمكن أن تحقق الأهداف المنشودة الا اذا روعيت الملاءمة بين الموضوع والوسط من ناحيـة ، والملاءمة بين الهدف والوسـيلة من ناحية أخرى ٠ فمثلا قد يكون مضيعة للوقت اجراء استقصاء عن مدى ما أحرزته المرأة من تقـدم وتطور فى ممارسـة حقوقها السياسية ، فى وسط لا تتمتع فيه المرأة ، أصلا ، بهذه الحقوق السياسية ٠ كذلك قد يكون مضيعة للوقت اجراء استقصاء عن مدى ما يتمتع به عمال المناجم من تأمين اجتماعى فى وسط لا يوجد به ، أصلا ، مناجم ٠٠٠ وهكذا دواليك ٠

لهذا ، فان نجاح الاستقصاء يتوقف ، الى حد كبير ، على الوسط الذى يجرى فيه هذا الاستقصاء ٠ ولهذا السبب ، يراعى القائمون بدارسة الرأى العام وتحليله ، حسن اختيار هذا الوسط ٠ فحين يكون موضوع الاستفتاء مسألة عامة تشغل بال جميع المواطنين ـ كتزويد البلاد بالتيار الكهربائى أو المياه النقية مثلا ـ يجرى

الاستقصاء فى أوساط عديدة متباينة تمثل الأمة كلها • وحين يكون موضوع الاستفتاء مسألة متخصصة ـ كوضع قوانين عمالية أو نقابية جديدة ـ يجرى الاستفتاء فى الأوساط التى تهتم بهذه المسألة المتخصصة أهتماما كبيرا ملحوظا •

وباختصار ، فان الوسط الذى يجرى فيه الاستقصاء يجب أن يكون وثيق الارتباط بالموضوع الذى يعالجه هذا الاستقصاء ، فالاستقصاءات المتعلقة بالعمال مثلا يراعى أن تجرى فى الأوساط العمالية ، والاستقصاءات المتعلقة بالطلاب مثلا يراعى أن تجرى فى الأوساط الطلابية ، والاستقصاءات المتعلقة بالموظفين الحكوميين مثلا يراعى أن تجرى فى أوساط الموظفين • هذا على حين أن الاستقصاءات المتعلقة بالأمور التى تهم شتى طوائف الشعب ، يجب أن تجرى فى أوساط تمثل هذه الطوائف كلها •

(٣)

تحديد العينـات

ولئن كان اختيار موضوع الاستقصاء هو الشاغل الأول للقائمين بقياس وتحليل الرأى العام ، واختيار الوسط الذى يجرى فيه الاستقصاء هو شاغلهم الثانى ، فان تحديد « العينات » التى تجرى عليها الاستقصاء يشكل الشاغل الثالث ٠

والواقع أن شتى مجالات حياتنا تقوم على أخذ العينات فمرافق المياه فى المدن لا تختبر كل قطرة ماء للتأكد من نقاوتها ، والجمعيات التعاونية التى تزود الفلاحين بالتقاوى لا تحلل كل حبة قمح قبل تسليمها للفلاحين ، والأطباء لا يسحبون كل نقطة دم من مرضاهم حين يفحصون حالة مرض من الأمراض ٠٠٠ أى أن شتى مناحى حياتنا تقوم على مبدأ أنه يمكن عن طريق عينة صغيرة بل بالغة الصغر من مادة معينة بالذات ، أن تستخلص نتائج هامة عن المادة كلها ٠ وفى ذلك يقول أحد الباحثين « اننا نعيش فى عالم لا توجد به صفات مميزة كثيرة ، ولا توجد فيه الا فوارق محدودة معروفة ٠ ولهذا السبب نستطيع أن نختار جزءا صغيرا من السكان ، ونظل مع ذلك متأكدين من حصولنا على صورة دقيقة نسبيا عن هؤلاء السكان ٠ فهذا القول يصدق على الناس ، مثلما يصدق على الأشياء ، وان كان الانسان بحكم كبريائه يتردد كثيرا فى التسليم بامكان قياسه قياسا احصائيا ، ذلك أنه يعتبر كل فشل يصيب الطريقة

الاحصائيــة برهانا على أن الانســان لا تصدق عليه العمليــات الاحصائية التى أصبحنا نعترف بأنها « علم »(١) ٠

والواقع أن مشكلة استقصاء الرأى العام الأساسية ، تتمثل فى الحصول على صورة دقيقة لما يتصوره الناس ويعتقدونه ، وذلك عن طريق الاتصال بعدد قليل منهم فى الوسط الذى يجرى فيه الاستقصاء ٠

وعلى كل حال ، فان التقليد جرى على اتباع أربع طرق عامة للاستقصاء هى :

أولا ـ الاستقصاء العشوائى :

ويكون فيه لكل فرد من الســكان فرصة الوجود فى العينــة المنتقاه ٠

ثانيا ـ الاستقصاء القطاعى :

وفيه يقسم الوسط الذى يجرى فيه الاستقصاء الى قطاعات مرتبة بحسب حقائق معلومة ، ويجرى اختيار عينة من كل قطاع بحسب حجمه النسبى ٠

ثالثا ـ الاستقصاء القصوى :

وفيه تتطابق العينة تطابقا كاملا مع جانب معين من جوانب السكان ٠

---

(١) Morris Meyers Blair, «Elementary Statistics».

رابعا ـ الاستقصاء القصوى القطاعى :

وهو مزيج من الاستقصائين الثانى والثالث(١) ٠

ولقد قام « ليونارد دوب » Leonard Doob بعمل مشكور فى مجال عرض تفسير واضح مبسط لحجم العينة ، حين وضع لذلك معادلة أساسية هى أنها تمثل : الجذر التربيعى لعدد مرات احتواء النسبة المئوية على مرات حدوث الشواهد ، مقسوما على عدد الحالات التى تقدم عليها العينة ٠

أى : $\frac{\text{ن}}{\text{ش} \times \text{ع}}$

بحيث تكون « ن » هى النسبة المئوية ، و « ش » هى مرات حدوث أو تكرار الشواهد ، و « ع » هى عدد الحالات التى تقوم عليها العينة ٠ والنتيجة هى الخطأ المعيارى لنسبة الأفراد الذين يعطون اجابة محددة فى ظروف أخذ عينات عشوائية ٠ والخطأ المعيارى (بالزائد أو بالناقص) مضروبا فى ٣ ، ومضافا الى « ن » ، يعطى الحدود الخارجيـــة فى ٩٩ حالة من ١٠٠ حالة تبعـــا لحجم العينة(٢) ٠

ومن هنا تتضح أهمية تحديد العينة ٠ وفى ذلك يقول أحد الباحثين الخبراء : « انالنتائج النهائية لأدق وأحكم التحاليل انما تتحدد بنوع العينة ، ولا تتوقف على شىء الا على العينة ٠ ذلك ان

---

(١) Ibid, Pp. 317 - 320.

(٢) Leonard Doob, «Public Opinion and Propaganda».

التحليل الاحصائى ليس طاحونا سحرية نضع فيها الرمل أو الشعير لنحصل على آكداس من الذهب الخالص أو القمح الجيد »(١) ٠

وقد يكون الجمهور المختار لأخذ العينة منه هو الشباب فى مدينة ما ، أو المحامين فى أقليم معين ، أو سكان الدولة كلها ، أو غير ذلك من الجماهير ٠

وتتراوح العينات التى تستعمل لكل سكان الدولة مثلا بين عينات صغيرة لا تتجاوز ألفى شخص وبين عينات تصل الى عشرة آلاف شخص ، وبعد اختيار « العينة » من الجمهور محل الاعتبار (المجموع) توجه الى أشخاص هذه « العينـة » أسئلة بواسطة مستجوبين من الجهاز الفنى الميدانى بهيئة الاستفتاء ٠

وقبل استخدام عينات مختارة خصيصا (تكون ممثلة عن طريق أخذ عينات من مختلف الطبقات الاجتماعية أو مختلف المناطق) تسير الاستقصاءات عن طريق بطاقات تنشر فى الصحف أو المجلات ويمكن قطعها واعادتها ، أو عن طريق بطاقات تترك فى الحوانيت التجارية ، أو عن طريق مقابلات شخصية مع أفراد فى الشوارع ، أو ببطاقات ترسل بالبريد على عناوين أشخاص يحصل عليها بطرق مختلفة ٠

ويقوم اختيار العينة على أساس « حصص » مناسبة لتعداد السكان العام من حيث عمر الأفراد وجنسيتهم ووضعهم الاقتصادى وحجم المجتمع ومعايير أخرى ، وتسمى هذه « الحصص » : قطاعات أو شرائح المجتمع ٠ ثم يبدأ المستجوبون فى البحث عن الأفراد ،

---

(١) Hadley Cantril and Associates, « Gauging Public Opinion».

الذين ينطبق عليهم شروط المقابلة . ويسمح أخذ هذه العينة الممثلة للطبقات فى المجتمع بقصر العينة على أفراد السكان الذين يتوقع أن يكون لهم رأى خاص فى موضوع الاستفتاء ، وليس مجرد رأى عام ، وهذه ميزة هامة . ويمكن كذلك أخذ عينة ممثلة للقطاعات فى مناطق جغرافية أصغر منها فى المناطق الكبيرة ، ومن ثم يكون البحث أرخص ، ثم انه ليس من الضرورى التردد على شخص فى عنوان معين للتقابل معه كما هى الحال فى أخذ قطاع كعينة . ولقد وجه الى هذه الطريقة اعتراض هو أنها تعتمد على حكم غير خبير من جانب المستجوب فى اختيار فرد بالذات للمقابلة ، كذلك قد لا يكون خبير الاستفتاء متأكدا دائما من أهمية العوامل المختلفة المستخدمة كشرائح أو قطاعات .

أما أخذ العينات الاحتمالية أو العشوائية ــ وهو اجراء اختير أخيرا ــ فيستهدف اختيار العينة بطريقة تجعل كل فرد فى المجتمع له من الناحية النظرية فرصة متكافئة للدخول ضمن العينة ، ولقد نشأ أخذ العينات بهذه الطريقة من اعداد اختيارات بطرق عشوائية من أشياء منفصلة (غير مترابطة) ومحدودة ، ويعنى تطبيق هذه الطريقة على السكان ، اختيار الشخص العاشر من بين جملة السكان بحسب قيدهم فى كشوف الاسماء أو غير ذلك من التعدادات . وفى عملية الاستفتاء ، يجرى الاختيار عادة فى صورة موقع الأفراد على الخريطة فيؤخذ عينة من القطاعات المختارة ، وهى عينة تمثل أهل الريف وأهل الحضر على السواء ، ومن داخل هذه القطاعات ، تختار العائلات والأفراد . ولا يقوم أخذ عينات لقطاع من القطاعات على أساس توزيع الحصص ، وبذلك يمكن تفادى حكم المستجوب وتحيزه المحتمل . وفى أخذ عينة قطاع ، يكلف المستجوب بقطاعات معينة (عدد معين من المنازل أو أحد أحياء المدينة ،

أو قطاع ... الخ) . وفى هذه القطاعات يقوم المستجوب بمقابلة كل فرد ترتيبه العاشر فى أسرة تقيم فى مكان محدد (البيت الثانى من الزاوية اليسرى من الشارع مثلا) ويختار وحدات القطاعات عشوائيا بطرق مختلفة ، وبالنظر الى ارتفاع نفقات الانتقال والوقت الذى يستنفذه المستجوب فى سيره من مقابلة شخص الى مقابلة آخر فى مكان بعيد ، بالاضافة الى النفقات الأخرى ، فان أخذ عينات قطاعات أكثر تكلفة من أخذ « عينات حصص » .

(٤)

اعــداد الأسئلة

الواقع ، أن اعداد الأسئلة التى يتضمنها الاستقصاء ، يشكل أهم وأخطر مرحلة من مراحل الاستقصاء ، ذلك أن ما تتصف به الأسئلة من دقة أو افتقار الى الدقة ، هو الذى يحدد مدى صدق الاجابات أو افتقارها الى الصدق ، وبالتالى فانه هو الذى يحدد ، النتائج التى تستخلص من الاستقصاء ٠

ويرى بعض الخبراء(١) أن المشكلات الخاصة باعداد الأسئلة يمكن تصنيفها على النحو التالى :

أولا : غموض السؤال ٠

ثانيا : افتقار السؤال الى معنى محدد ٠

ثالثا : الصياغة المبالغ فيها للسؤال ٠

رابعا : اشتمال السؤال على كلمات « فنية »أو غير مألوفة ٠

خامسا : اشتمال السؤال على أحداث غير معلومة بقدر كاف ٠

سادسا : افتقار السؤال الى بدائل كافية ٠

---

(١) Hadley Cantril, op. cit.

سابعا : اشتمال السؤال على بدائل كثيرة جدا ، ومفرطة في التفاصيل ·

ثامنا : اعتبار السؤال غير ذى هدف معين ·

تاسعا : كون السؤال لا يؤدى الا الى اثارة التفكير السطحى ·

عاشرا : كون السؤال من النوع الذى لا يتوقع له الا اجابات تقليدية ·

كذلك يقول : « رتشارد كرتشفيلد » Richard S. Crutchfield و « دونالد جوردون » Donald Gordon انه على الرغم من الجهد الكبير الذى يبذل من أجل الكشف عن المشكلات المتعلقة باعداد الأسئلة ، فانه لم ينشر الا القليل فى هذا الشأن ·

وهما يستخلصان من أحدى الدراسات لاستقصاء محدد ما يلى :

أولا : هناك قدر كبير من التباين فى تفسيرات الناس لأسئلة الاستقصاء ·

ثانيا : ان مدى التباين فى التفسيرات المختلفة للسؤال كبير جـــدا ·

ثالثا : ان الاجابات تستند الى تفسيرات السؤال ·

رابعا : ان الفروق الظاهرة بين الرجال والنساء في سواء الاستقصاء ليست الا نتيجة للفوارق الجنسية فى تفسير السؤال ·

خامسا : ان التغيرات العضوية فى تفسير السؤال عامة(١) ·

---

(١) Morris Meyers Blair, «Elementary Statistics».

على أن الأمر هو كما وصفه « ولتر أ· ليورى » Walter A. Lurie بقوله « ان اختيار الأسئلة لا يصح أن يكون ــ بصورة مطلقة ــ مسألة تخمين موفق ، ولا أن نعتمد بغير حدود على فطنة الباحث وتجربته ... فاذا كان السؤال مصاغا بلغة بسيطة وبطريقة تقتضى مجموعـة محــدودة وشـاملة من الاجـابات ، واذا كان الرأى المطلوب قياسه رأيا يمكن التعبير عنه بصورة يمكن المقارنة فيما بينها ، كانت الاستقصاءات ، مفيدة »(١) ·

ويرى « بلانكنشب » Albert Blankenship ان الأسئلة بحاجة الى ما هو أكثر من مجرد التعبير عنها بالفاظها · فمثلا هناك الترتيب الذى يجب أن يراعى فى توجيه الأسئلة · ففيما يتعلق بهـذا الترتيب ، يجب السير على النهج التالى(٢) :

أولا : ان السؤال الأول ، يجب أن يخلق الصلة بين المستجوب والمجيب ·

ثانيا : ان الأسئلة القليلة الأولى ، يجب أن تكون بسيطة ·

ثالثا : ان الأسئلة القليلة الأولى ، يجب أن تكون من النوع الذى تكون الاجابات عنها كافية لتمكين المجيب من التعبير عن نفسه.

رابعا : ان الأسـئلة الشـخصية ، يجب أن توضـع فى صلب الاستقصاء ·

خامسا : ان الأسئلة التى تعكس ذكاء المجيب ، يجب أن توضع فى صلب الاستقصاء أيضا ·

---

(١) Walter A. Lurie, «Statistics and Public Opinion.»

(٢) Albert Blankenship, «Consumer and Opinion Research».

سادسا : ان الأسئلة التى لا تهم المجيب الى حد كبير ، يجب أن توضع أيضا فى صلب الاستقصاء ·

سابعا : ان الأسئلة برمتها ، يجب أن ترتب ترتيبا « سيكولوجيا » ، مع مراعاة تجنب الأسئلة غير المترابطة ·

ثامنا : ان تتابع الأسئلة ، قد يحرف اجابات بعض الأسئلة اللاحقة ·

والواقع أن الدقة فى صياغة الأسئلة أمر بالغ الأهمية فيما يتعلق بالاستقصاء · ذلك أن التلاعب بالالفاظ قد يؤدى الى افساد كل عملية الاستقصاء · فمن المعروف أن أولئك الذين يريدون توجيه نتائج الاستقصاء الوجهة التى يريدونها ، يستطيعون أن يفعلوا ذلك اذا هم تحكموا فى الأسئلة التى يوجهونها للمجيب · ومن ثم ، لا بد من مراعاة الأمانة التامة فى صياغة الأسئلة اذا أردنا ، حقا ، أن نقيس الرأى العام قياسا سليما صادقا ·

وبعد الأمانة ، يجب علينا أن نتذكر ان العلاقات الانسانية متقلبة ، وان الاجابات المتناقضة والمتعارضة التى يدلى بها المجيب ذاته على السؤال ذاته ، هى نتيجة طبيعية للأسئلة غير الدقيقة ، كما أنها تشكل دليلا قاطعا على أن الاستقصاء الذى يتوسل بأسئلة غير دقيقة لا يمكن أن يقدم الا نتائج غير دقيقة ·

لهذا تحرص المعاهد والهيئات والمنظمات التى تتولى قياس وتحليل الرأى العام ، على تدريب القائمين بالاستقصاء ، على صياغة الأسئلة تدريبا واسع النطاق يشمل جوانب متعددة من العلوم والمعارف النظرية والعملية ·

وليس أدل على أهمية صياغة الأسئلة من التجارب التى عرضها « والتر فاندايك بنجهام » Walter Van Dyke Bingham و « بروس فيكتور مور » Bruce Victor Moore فى كتابيهما المنون « أساليب المقابلة »(١) فهذان الباحثان يقولان انه حين سئل ألفان من الشعب الأمريكى سؤالا نصه ما يلى : « هل تحبذ فكرة الرئيس روزفلت الخاصة بتقـديم الاحتفال بيوم الشـكر أسبوعا ؟ » اجاب ٤٢٨ بالايجاب ٠

ثم حدث بعد ذلك عندما تغيرت صيغة السؤال حتى أصبحت « هل تحبذ فكرة تقديم يوم الحمد أسبوعا ؟ » ، انخفضت الردود الايجابية الى ٣٣٤ فقط ، ومرجع ذلك الى أن نسبة فكرة تقديم يوم الحمـد اسـبوعا الى روزفلت هى التى أدت الى زيادة عـدد الردود الايجابية ، وذلك بسبب ما كان لروزفلت من مكانة ٠

كذلك حدث عندما سئل الناس : « هل ترغب فى أن ترتفع الأسعار ، بأمل اعادة الرخاء ؟ » أن بلغت نسبة الردود الايجابية سبعين فى المائة ، هذا على حين ان هذه الردود زادت بنسبة أحد عشر فى المائة حين عدلت صيغة السؤال بحيث أصبحت « هل ترغب فى زيادة الأسعار زيادة معقولة بأمل اعادة الرخاء ؟ » ٠

كذلك وجه « ستودنسكى » Studensky (١) هذا السـؤال « هل يجب ارغام كل عامل على الالتحاق بنقابة عمالية ؟ » ٠ ثم أعاد صياغة السؤال بطريقة تعطى الفرصة لأربعة مجالات من الاختيار ، وهـذا على النحو التالى « هل من المناسب أن تفرض

---

(١) Walter Van Dyke Bingham and Bruce Victor Moore, «How to Interview».

(٢) Studensky, «How Polls Can Mislead».

النقــابة على كل من يكسبون أقواتهم من العمل فى المؤسســات الصناعية الانضمام الى النقابة :

(أ) فى كل الأحوال ؟

(ب) عندما تهيمن النقابة على غالبية العمال ؟

(ج) عندما تهيمن النقابة على الأقلية من العمال ؟

(د) أو أن النقــابة لا تملك مثل هذا الحق فى أى ظرف من هذه الظروف ؟

فترتب على ذلك أن انخفضت نسبة المعارضين تماما لفكرة الانضمام الى النقابة من ٩ر٨٨٪ فى الصياغة الأولى الى ٤٥٪ فى الصياغة الثانيــة • وواضح ان مرجع ذلك الى اختــلاف صيغة السؤال •

وهكذا يتضح أن اختيار الأسئلة وصياغتها يشكلان مسألة فنية تستلزم مهارة وحكمة بالغتين ، لهذا لا يليق أن يعهد باختيار الأسئلة وصياغتها الى شخص غير متمرس بهذا النوع من العمل ، أو الى اخصــائى اجتماعى عــادى ، أو الى خريج لم يتلق تدريبــا دقيقا فى هذا المجال ، بل لا يليق أن يعهد بهذه العملية الى اخصائى نفسى محترف أو اخصــائى محترف اللهم الا أن يكون هــذان الاخصائيان متمرسين بفنون الاستقصاء وقياس الرأى العام بالذات.

ذلك أن استقصاء الرأى المدبر لصالح جماعة مغرضة ــ سواء عن قصد أو عن غير قصد ــ قد يؤدى الى نتائج خطيرة تلحق الضرر بالصالح العام ، فضلا عما يؤدى اليه من فقدان الثقة فى أساليب الاستقصاء بصفة عامة •

(٥)

الاختبار التجريبى ، السابق على التنفيذ

يمكن اجراء الاختبار التجريبى ، السابق على التنفيذ ، عن طريق اتباع ثلاث وسائل هى :

أولا : الاستعانة بالخبراء ، كمستشارين ·

ثانيا : اجراء اختبار تمهيدى عام ·

ثالثا : اجراء اختبار « عينة » محدود ·

أما الاستعانة بالخبراء بوصفهم مستشارين ، فانها قد تنجح فى احكام ترتيبات الاستقصاء ومراحله ، ولكنها قد لا تحقق الأهداف المنشودة اذا ما عهد بالتنفيذ الى أشخاص غير مؤهلين لذلك تمام التأهيل ·

وأما اجراء الاختبار التمهيدى العام ، فانه يحقق نجاحا لا بأس به اذا قام به خبراء متخصصون واشتمل على مقابلات مع عدد يتراوح ما بين عشرة أشخاص ومائة شخص ·

وأما اختبار العينة المحدود ، فانه لا يحقق الأهداف المنشودة الا اذا قام به خبراء متخصصون فى شتى فنون وأساليب الاستقصاء ·

وعلى كل حال ، فان اجراء الاختبار التجريبى ، السابق على التنفيذ ، يشكل احدى الضمانات الهامة لحسن سير الاستقصاء فى مراحله المختلفة ·

(٦)

اجـراء المقـابلة

بالنظر الى أن المقابلة التى يجريها القائمون بعملية الاستقصاء تشكل أساسا هاما من أسس قياس الرأى العام ، اهتم الباحثون اهتمـاما كبيرا بوضـع قواعـد عـامة يجب على المسـتجوبين الاسترشاد بها ٠

فمثلا قام المركز القومى لبحـوث الرأى بالولايات المتحـدة الأمريكية(١) باعداد كتيب يسترشد به المشتغلون باجراء المقابلة وردت به عدة قواعد عامة يمكن تلخيص بعضها فيما يلى :

أولا : يجب على المستجوب أن يكون على دراية بمبادىء علم النفس الاجتماعى ٠

ثانيا : يجب على المسـتجوب أن يكون على دراية بالعـادات والتقاليد السائدة ٠

ثالثا : يجب على المسـتجوب أن يكون على دراية بتفـاصيل موضوع الاستقصاء ٠

رابعا : يجب على المسـتجوب أن يكون حسن المظهر ولبقـا فى حديثه ٠

---

(١) National Opinion Research Center.

خامسا : يجب على المستجوب أن يجيد تصنيف المجيبين من حيث مستواهم الاقتصادى ، فاذا ما ساوره الشك فى مستوى المجيب ، وجب عليه أن يصنفه فى المستوى الأعلى من المستويين محل التشكك ·

سادسا : يجب على المستجوب أن يتفادى اجراء المقابلة فى أوقات غير ملائمة للمجيب ·

سابعا : يجب على المستجوب أن يبرح المكان فورا بعد انتهاء المقابلة ·

كذلك يقول « المو روبر » Elmo Roper أن هناك أربع قواعد هامة يجب على المستجوب أن يراعيها · أما هذه القواعد الأربع فهى :

أولا : يجب على المستجوب أن يفطن الى أن الاجابات عن الأسئلة لا يمكن أن تقبل بقيمتها الاسمية ·

ثانيا : يجب على المستجوب أن يفطن الى أن النتائج السليمة لا يمكن أن تنبنى على الاجابات عن سؤال واحد بعينه ·

ثالثا : يجب على المستجوب أن يفطن الى أهمية الاجابة المترددة المتمثلة فى عبارة « لا أعرف » ·

رابعا : يجب على المستجوب أن يفطن الى أن تغيير صيغة السؤال قد تؤدى الى اجابة مختلفة · ويضيف « ستيوارت

تشيس »(١) Stuart Chase الى القواعد الأربع سالفة الذكر قاعدتين آخريين هما :

أولا : يجب على المســتجوب أن يفطن الى أن مستجوبا آخر يقوم بالاستقصاء ذاته قد يأتى بنتائج مختلفة ٠

ثانيا : يجب على المســتجوب أن يفطن الى أن النسب المئوية التى يتضمنها تقريره قد يساء فهمها وتفسيرها اذا لم تكن مصحوبة بتفسيرات دقيقة بالألفاظ والأرقام ٠

(١) Stuart Chase, «The Roper Study, of Man Kind».

(٧)

استخلاص واعداد النتائج

لا يقل اعداد نتائج الاستقصاء أهمية عن اجراء المقابلة ، ذلك أن دقة استخلاص النتائج هى التى تقرر مصير الاستقصاء كله ، ومن ثم ، فان وقوع القائم بتحليل الاجابات فى أى خطأ من أى نوع ، قد يؤدى الى استخلاص نتائج غير صحيحة ·

لهذا وضع الباحثون فى شئون قياس الرأى العام ، عن طريق الاستقصاء ، عدة قواعد عامة يمكن تلخيصها فيما يلى :

أولا : يجب على القائم باعداد نتائج الاستقصاء أن يفطن الى أن الاجابات التى يقوم بتحليلها هى ــ فى الواقع ــ وليدة اللحظة التى أجريت فيها المقابلة ، أى أن هذه الاجابات التى تعتبر صادقة فى تلك اللحظة بالذات ، قد لا تكون صادقة فى وقت آخر أو فى مناسبة أخرى ·

ثانيا : يجب على القائم باعداد نتائج الاستقصاء أن يفطن الى أن الاجابات التى يقوم بتحليلها هى ــ فى الواقع ــ وليدة الطريقة التى أجرى بها الاستقصاء فالاجابات المقتصرة على مجرد الاختيار بين « لا » و « نعم » أو المقتصرة على « حذف » ما لا يوافق عليه المجيب قد تختلف وتتغير اذا تغيرت طريقة الاستقصاء ·

ثالثا : يجب على القائم باعداد نتـائج الاستقصاء أن يفطن الى أن الاجابات التى يقوم بتحليلها هى ــ فى الواقع ــ وليـدة الايحاءات أو التحيزات التى تتضمنها الأسئلة أو طريقة تداعى هذه الأسئلة •

رابعا : يجب على القائم باعداد نتائج الاستقصاء أن يفطن الى أن الاجابات التى يقوم بتحليلها هى ــ فى الواقع ــ حصيلة « المعلومات » المختزنة فى عقل المجيب ، وقد تكون هذه «المعلومات» خاطئة أو متخلفة أو مشوشة •

خامسا : يجب على القائم باعداد نتائج الاستقصاء أن يفطن الى أن الاجابات التى يقوم بتحليلها هى ــ فى الواقع ــ وليـدة السمات الشخصية للمجيب . فالشخص الذى يتصف بالتردد ــ بوجه عام ــ يدلى باجابات مترددة ، كما أن الشخص الذى يتصف بالحرص ــ بوجـه عام ــ يدلى باجابات معينة بالذات هى وليـدة الحرص أيضا •• وهلم جرا •

سادسا : يجب على القائم باعداد نتائج الاستقصاء أن يفطن الى أن الاجابات التى يقوم بتحليلها هى ــ فى الواقع ــ وليـدة البيئة والعـادات والتقاليد السـائدة ، أى أن المجيب قد يدلى باجابات يحرص على أن تكون متمشـية مع هذه البيئة وتلك العادات والتقاليد أكثر مما يحرص على أن تكون هذه الاجابات ممثلة لرأيه الحقيقى • ولعل مرجع ذلك الى أن المجيب لا يجب أن يبدو ، فى نظر المستجوب ، شاذا عن الجماعة التى ينتمى اليها •

سابعا : يجب على القائم باعداد نتائج الاستقصاء أن يفطن الى أن الاجابات التى يقوم بتحليلها هى ــ فى الواقع ضروب من

السلوك الانساني لا يمكن أن تعبر عنها الأرقام الاحصائية تعبيرا صادقا الا اذا تحقق هذا السلوك · بمعنى أن تضيف المجيب فى عداد المؤيدين أو المعارضين لا يمكن أن يصدق ويصح الا اذا أتيحت لهذا المجيب فرصة الادلاء برأيه حين يصبح موضـوع الاستقصاء حقيقة واقعة · فمثـلا قد يعرب المجيب فى استقصاء موضـوعه أشخاص المرشحين للانتخابات العامة ـ عن تأييـده لمرشح معين ، ولكن هذا المجيب لا تتـاح له فرصـة الادلاء بصوته حين تجرى الانتخابات بالفعل ويترتب على ذلك أن تصنيفه ـ احصائيا ـ ضمن المؤيدين لهـذا المرشح ، عند اعـداد نتائج الاستقصاء ، سيكون تصنيفا خاطئا !

وليس أدل على ذلك من أن فشـل « مؤسسة جـالوب » Gallup - Foundation فى التنبؤ بنتائج انتخابات الرئاسة الأمريكية فى سنة ١٩٤٨ قد جاء نتيجة لاغفال بعض القواعد سالفة الذكر ـ ولقد اعترفت المؤسسة بذلك حين قالت فى تقريرها « يتضح من ٢٤٢ استقصاء عن الانتخابات الأمريكية ، بما فى ذلك انتخابات ١٩٤٨ ، أن متوسط الخطأ بلغ ٤ر٪ . أما فيما يتعلق بالاستقصاءات المتعلقة بموضـوعات أخرى غير الانتخابات ، فانهـا لم تتضمن الا مشكلات فنية قليلة واحتمالات خطأ أقل · وذلك لأنها لا تتضمن مشـكلات من نوع تحـديد من يقترع ومن لا يقترع ، فى يوم الانتخابات »(١) ولقـد شرح « جورج جالوب » George Gallup ذلك الموضوع باسهاب حين قال ان أربعة اعتبارات هى التى أدت الى ذلك الفشل · أما هذه الاعتبارات الأربعة فهى :

(١) Robert Gobb Meyers, «Vital Part of the Poll Question»- New York Times, Jan. 2, 1949.

أولا : مشكلة من الذى سيذهب فعلا للادلاء بصوته ٠

ثانيا : مشكلة الناخب المتردد الذى لم يكن قد استقر على رأى معين بالذات ٠

ثالثا : تناقص الأصوات التى كانت مؤيدة لانتخاب « هنرى دلاس » ٠

رابعا : الحقيقة المتمثلة فى أن الاستقصاء كان انعكاسا للعواطف السائدة فى الأسبوع السابق على الانتخابات ٠

(٨)

عرض النتـــائج

لئن كان اعـداد النتـائج المستخلصة من الاستقصاء يشكل جزءا هاما من عملية الاستقصاء فان عرض هذا النتائج لا يقل أهمية عن ذلك ٠

والواقع أن التفســيرات والتحفظات التي يشــتمل عليهــا العرض ، هي التي تقرر مدى نجاح الاستقصاء أو فشله في التنبؤ والاستطلاع ٠ فحين يشتمل العرض ـ وخاصة فى الاستقصاءات المتعلقة بالانتخابات العامة ـ على شروح وافيــة لاحتمالات تغير الرأى في وقت لا حق فان ذلك يكون شفيعا لا بأس به لما عسى أن يأتى مخالفا لما أسفرت عنه نتائج الاستقصاء هذا فضلا عن أن العرض السليم للنتائج من شأنه أن يسهل على المتتبع للاستقصاء عملية فهم الأرقام والتصنيفات الاحصــائية فهما أدق وأشــمل وأصــدق ٠

الفصل السابع

علم استطلاع المستقبل

ناقشنا فى الفصول السابقة مفهوم « قياس الرأى العام » قديما وحديثا ، وتكوين الرأى وتغيره ، ومبادىء قياس الرأى ، وأسس هذا القياس ، ومفاهيمه ، وطبقنا ذلك على الاعلام والدعاية ٠

ولئن كان قياس الرأى يشكل أداة فعالة من أدوات الوقوف على آراء الجماهير وتطلعاتها بقصد وضعها موضع الاعتبار حين تتطلب الحاجة وضع قوانين أو لوائح أو اتخاذ قرارات تتعلق بهذه الجماهير ، فان قياس الرأى العام لا يقف عند هذا الحد ، بل يتعداه الى التنبؤ(١) بما سيكون عليه هذا الرأى العام فى المستقبل، الأمر الذى يساعد على وضع خطط مسبقة كفيلة بتحقيق أمانى الجماهير وتطلعاتها ٠

والواقع أن الدور الذى يلعبه قياس الرأى العام ، فى هذا الصدد ، هو مجرد جزء من أدوار أكبر وأشمل يضطلع بها علم جديد اصطلح الباحثون والعلماء المحدثون على تسميته « علم

(١) Forecasting.

استطلاع المستقبل(١) » لأنه العلم الذى يتكفل ، اذا ما تحققت الوسائل والأدوات اللازمة لتطويره وجعله علما حقيقيا بمعنى الكلمة - برسم صورة دقيقة وشاملة عن عالم المستقبل اجتماعيا واقتصاديا وسياسيا ٠

وبالنظر الى أن « علم استطلاع المستقبل » لا يزال علما وليدا تتضارب فيه الآراء ، فقد تراءى لنا - بسبب صلته القوية بقياس الرأى العام - أن نقدم فى هذا الفصل ترجمة حرفية لأربعة مقالات عنه ، راعينا أن تكون ممثلة لمختلف تيارات الفكر والمذاهب المعاصرة ٠

أما البحث الأول(٢) - وعنوانه : « التنبؤ - مدخل الى مشكلات المستقبل » - فان مرجعنا فيه بحوث سوفييتية قام بها الدكتور « ايجور بستوجيف لادا » رئيس قسم التنبؤ الاجتماعى بمجلس العلوم لتنسيق البحوث الاجتماعية بأكاديمية العلوم السوفييتية ٠

وأما البحث الثانى(٣) وعنوانه : « الخيال والمستقبل » - فان مرجعنا فيه بحوث ألمانية قام بها الدكتور « روبرت جانك » الأستاذ بجامعة التكنولوجيا ببرلين ، ومؤلف عديد من الكتب عن « علم استطلاع المستقبل » ٠

---

(١) Futurology.

(٢) Forecasting: «An Approach to the Problems of the Future», by: Igor Bestuzhev - Lada.

(٣) «Imagination and the Future», by: Robert Junk.

أما البحث الثالث(١) ـ وعنوانه : « التنبؤ والثورة العلمية والتكنولوجية » ـ فان مرجعنا فيه باحثين تشيكيين هما الدكتور « رادوفان ريختا » والدكتور « أوتا شولك » عضـوا أكاديمية العلوم بتشيكوسلوفاكيا ٠

أما البحث الرابع(٢) ـ وعنوانه : « علم استطلاع المستقبل ، ودراسة المأمول » ـ فانه من بحوث فرنسية للدكتور «بيير بيجانيول» المستشار العلمى لشركة سانت جوبان Saint Goubain بمدينة نيللى (Neuilly - Sur - Seine على نهر السين بالقرب من باريس ، وهو أحد رواد دراسة علم استطلاع المستقبل ٠

(١) «Forecasting and the Scientific and Technological Revolution», by: Radovan Richta and Dta Sulc.

(٢) Futurology and Prospective Study», by: Pierre Piganiol.

المبحث الأول

التنبؤ ـ مدخل الى مشكلات المستقبل

حتى زمن قريب ، لم يكن ثمة حاجة الى وضع تمييز دقيق بين مختلف المداخل الى مشكلات المستقبل(١) ، وهى المداخل التى يرمز اليها بألفاظ التنبؤ ، أو التخطيط ، أو البرمجة ، أو التصميم الفنى ، أو الرقابة(٢) ، ومن ثم لم يكن يعطى ذلك شأن يذكر ، وكانت الجوانب الرئيسية لكل من هذه المداخل تعتبر واضحة فى ذاتها ٠

وتتباين الآراء حول العلاقات المتبادلة بين التنبؤ والتخطيط (ومراعاة للتبسيط سنكتفى بدراسة هذين المدخلين ، ومن حيث علاقتهما بالعمليات الاجتماعية فحسب) ، فيرى البعض فى التنبؤ عملية تسبق التخطيط الصحيح ، ويرى آخرون أنه خطوة تتجاوز التخطيط ، تتصل بالمستقبل الأبعد الذى لا يمكن تخطيطه بصورة مباشرة ، كما يفرق آخرون بين التنبؤ (بصفته وسيلة تنظيم العمليات الاقتصادية ـ الاجتماعية العفوية فى ظل الرأسمالية) وبين التخطيط (بصفته الطريق الوحيد لتنظيم اقتصاد مخطط فى ظل الاشتراكية) ٠ وفى رأيى أن الآراء الثلاثة صحيحة بقدر ما ،

---

(١) ايجور بستوجيف ـ لادا ٠

(٢) للرقابة اهمية خاصة ، لأنه فى الامكان القول بأنها تتضمن كل المداخل الأخرى ٠

وان تكن كلها منحازة لهذا الجانب أو ذاك ، وليست شاملة شمولا كافيا ٠

فمن ناحية أولى ، فان التجربة دلت على أن التنبؤ يستطيع أن يكون أكثر من مجرد مرحلة أولية من مراحل التخطيط ، اذ يمكن التنبؤ بسير الخطة الى جانب التنبؤ بالنتائج المحتملة من تنفيذها أو عدم تنفيذها ٠ ومن الواضح أن العلاقة هنا أكثر تعقيدا بكثير.

ومن ناحية ثانية ، فان التجربة دلت على أن التنبؤات يمكن اجراؤها لتغطية عدد من الشهور أو لتغطية عشرات السنين ، ومن ثم لدينا تنبؤات قصيرة الأجل (تغطى سنوات قليلة) وتنبؤات متوسطة الأجل (تغطى عقد من السنين القادمة) وتنبؤات طويلة الأجل (تغطى عدة عشرات من السنين) ، فنطاق التنبؤ لم يعرف بعد تعريفا دقيقا ، وان يكن من الواضح أن أنواع التنبؤ الثلاثة تتطابق بصورة عامة مع أنواع التخطيط التقليدية الجارى ، ومتوسط الأجل ، وطويل الأجل ٠ ومن هنا كانت الأمور أشد تعقيدا ٠

ومن ناحية ثالثة وأخيرة ، فانه بالرغم من الفوارق الأساسية بين التخطيط الاشتراكى وبين محاولات التخطيط الرسمالى ، يجب ألا ننسى أن التنبؤ والتخطيط فى الاقتصاد الرأسمالى شيئان مختلفان ، فالتنبؤ (كظاهرة تختص بها الرأسمالية) لا يمكن تلقائيا أن يكون عكس التخطيط (كظاهرة اشتراكية بحتة) ٠ ولقد دلت التجربة أيضا على أن أى برنامج مخطط يمكن وضعه وتنفيذه فى أى نظام اجتماعى ، وأنه قد يكون برنامجا سليما يقوم على أساس من التنبؤ أو قد يغفل التنبؤ ويكون تحكميا وذاتيا أى عملا صادرا عن ارادة مطلقة ٠ كذلك قد يكون التنبؤ فى أى نظام اجتماعى سابقا أو معدلا أو مكملا لأى برنامج مخطط ٠

أما تخطيط الاقتصـاد الاشـتراكى بما يتصـل به من تنبؤات وتوجيهات خاصة بالخطة ، فلا بد أن يختلف اختلافا جوهريا عن محاولات تنظيم اقتصاد رأسمالى عفوى مع ما يتصل به من خطط رأسـمالية ، ومن تنبؤات وبرامج رأسـمالية ، فالتخطيط فى الاشتراكية مرتبة من التخطيط أعلى من غيره ٠

وعلى العموم يمكن تعريف التنبؤ بأنه نوع معين من المداخل الى مشكلات المستقبل أو بأنه عملية مسـتمرة موازية للتخطيط والبرمجة والتصميم الفنى والرقابة ، هدفها تحسين المسـتويات العلمية للرقابة ٠

والواقع أن التوسع السريع فى البحوث الخاصـة بمشكلات التنبؤ الاجتماعى فى الاتحاد السوفييتى ، انما يرجع الفضل فيه الى أعمال « لينين » الذى وضع مبادىء الشيوعية العلمية ، وربطها ربطا وثيقا بنظرية التخطيط الاشتراكى وتطبيقه(١) ، فقد أبرز أن المسائل التى تثيرها النظرية الماركسية لم تكن تعنى بتفسـير الماضى فحسب ، بل عنيت كذلك بالتنبؤ الجرىء بالمستقبل واتخاذ الاجراءات اللازمة عمليا لتحقيقه ٠

ونحن نعرف أن الاحتمال النظرى لتخطيط التنمية الاقتصادية لدولة من الدول ، كان يمثل مشكلة تثير اللهفة والالحاح فى ذلك الزمان ، وأن الكثيرين من علماء الاجتماع والاقتصـاد الغربيين كانوا يرون أن فكرة تخطيط العمليات الاجتماعية والاقتصادية انما هى فكرة غير واقعية على الاطلاق ، حتى أن أخبـار الخطط

---

(١) Lenin, Works, Russian ed., Vol. 26, P. 75.

السـوفييتية الأولى ، استقبلت في الغرب بكثير من التشـكك والارتياب •

أما اليوم ، ونحن نحتفل بالعيد المئوى لمولد لينين ، فيجدر بنا أن نذكر أن هـذا التطور الملحوظ فى البحـوث الخاصة بالتنبؤ الاجتماعى فى ذلك الحين انما يرجع الفضل فيه الى أعمـال لينين مباشرة ، ونتيجة ذلك أن ما كان يعتبر فى ذلك الحين مجرد عدد كبير من الكتب حول التنبؤ الاجتماعى ، قد جرى طبعه ونشره فى الاتحاد السوفييتى وفى غيره من دول العالم •

وتسير البحوث الماركسية فى الوقت الحاضر فى هذا الميدان على نسق التقاليد اللينينية ، وتلقى مشـكلات المستقبل اهتماما سياسيا كبيرا ، فبالنظر الى التقدم السريع الذى تمضى به العلوم والتكنولوجيا ، يتحتم ايجاد مدخل علمى الى تنمية مستقبل المجتمع الانسانى •

لماذا يمكن أن يصلح التنبؤ أساسا علميـا لخطـة أو برنامج أو تصميم فنى ؟

فى رأينا أن تفسير ذلك موجود فى ذات طبيعة التنبؤ ، الذى يعتبر مدخلا مختلفا تمام الاختلاف عن غيره من المداخل الى مشكلات المستقبل •

انه لمن المتعذر وغير المناسب فى هذا المقال أن نحلل الفوارق بين التخطيط وبين البرمجـة وبين التصميم الفنى وبين الرقابة (لا سيما أنه لم يجر جهد يذكر ذو طبيعـة فلسفية حـول هذه الفروق) ، فلنفترض مؤقتا أن كلا من هذه المسميات يمثل صورة

أكثر تماسكا من التى قبلها ، صورة تختلف كما ونوعا (يجب أن نذكر أن كلا من هذه المسميات الأربعة يستعمل بعدة معان متباينة فى الكتب الخاصة بهذا الموضوع ، على أننا سندرس هنا معنى واحدا مشتركا بين المسميات الأربعة) . من هذا المنطلق ، نجد أنها جميعا تتضمن جانبا مشتركا واحدا ، على الرغم من الفروق الحقيقية التى بينها ــ هذا الجانب هو أنها طرق عملية لتناول مشكلات المستقبل وايجاد حلول لها ، وللتأثير على مجرى أحداث المستقبل ، ولهـذا المدخل حالتان مصاحبتان على الأقل ، لا يمكن تفاديهما وان كانتا غير مطلوبتين ــ درجة عالية نسبيا من الذاتية (اذ أن القرارات يضعها أفراد) ، واختيار خطى محدود نسبيا (اذ أنه بمجرد اتخاذ قرار يتحدد التعقيد تلقائيا نتيجة سحب المتغيرات التى تتنـاول الصراع) ؛ على أن جوانب الضعف هـــذه لا ترتبط بالتنبـؤ الا بقدر قليل ٠

ويختلف التنبؤ عن الخطـة أو البرنامج أو التصميم الفنى أو قرار الرقابة ، فهو لا يهـدف الى التـأثير على المستقبل تأثيرا فعالا ، كما لا يعنى مباشرة بايجاد حل محدد لمشكلات المستقبل ، على أن ذلك لا يعنى بطبيعة الحال أنه « سالب » تمـاما بالنسبة للمستقبل ، بل أن ذلك هو العكس ، فالتنبؤ ذاته (بصرف النظر عن نتائجه) له أثر التلقيم (التغذية المرتدة) على تكوين الرأى العلمى والرأى العام ، وبالتالى على تطور الآراء حول المستقبل ، وفى المـدى الطويل على ذات طبيعـة تأثير التخطيط والبرمجـة والتصميم الفنى والرقابة على المستقبل ٠ غير أننا لو قارنا التنبؤ بخطة أو برنامج أو تصميم فنى لوجدنا أن التنبؤ « سالب » فعلا ، ومع تساوى مختلف الظروف والعوامل نجد أن هذه السلبية تكسبه قدرا من الموضوعية أكبر ، ومجالا أوسع ، ودرجة من التعقيـد

أشد (تمكن من الأخذ فى الاعتبار ، بمختلف المتغيرات المتصارعة) ، وهذه الميزة من مميزات التنبؤ تجعله أكثر قيمة كأساس علمى لخطة أو برنامج أو تصميم فنى أو قرار رقابة ، اذ أنها تمكن من القاء نظرة أكثر موضوعية على قرارات هى بالضرورة ذاتية ومن اختيار أقل أو أكبر أو أمثل أو أكثر المتغيرات احتمالا ليكون خط استرشاد يسترشد به ٠

ونعود الى القول بأن الفرق بين التنبؤ وبين غيره من مداخل المستقبل لا يتمثل فى أنه موضوعى على حين أنها ذاتية ، أو فى أنه معقد على حين أنها خطية ، بل المسألة هى مسألة درجات متباينة من الموضوعية ومراتب متباينة من التعقيد ٠

فالخطة أو البرنامج أو التصميم الفنى أو الرقابة ، يمكن أيضا أن تكون موضوعية تبعا لمدى استنادها على اتجاهات موضوعية حقيقية متكاملة بالنسبة للمستقبل عن طريق التنبؤ (وحتى اذا لم يعالج التنبؤ على أنه عملية منفصلة، فانه يعتبر جزءا عضويا من التخطيط ، الخ) . وبغير ذلك تكون الخطة أو البرنامج أو التصميم الفنى أو قرار الرقابة شيئا غير واقعى ، شيئا ذاتيا منطويا على خداع ومغالطة ٠

كذلك يمكن ، بل يجب ، أن تكون الخطة أو البرنامج أو التصميم الفنى معقدة ، لكن فى حدود ضيقة نسبيا وواضحة التعريف ٠ فليس من الممكن فى وقت واحد معا وضع خطط لتصنيع دولة وللابقاء على اقتصاد معيشتها دون أن يلحقه تغيير ، ولا اعداد دولة للحرب ولنزع سلاحها معا ، ولا تخطيط مبان متعددة الطوابق ومبان سكنية خاصة على نفس موقع البناء ٠ على أن التنبؤ

يستطيع ، بل ويجب أن يأخذ فى الحسبان كل دائرة الفرص الممكنة من التصنيع المكثف الى رفض التصنيع بتاتا ؛ ومن حرب تقضى على العالم الى نزع السلاح نزعا تاما ، ومن التوسع المطلق فى سكنى الحضر ، الى الاستغناء المطلق عن سكنى الحضر ؛ فهذا المدى الشامل من الرؤية هو الذى يستطيع على وجه الدقة أن يمكننا من الاسترشاد بالاختيار الذى نقع عليه فيما يلى ذلك من اتخاذ القرارات ٠

ان بعض الناس يعتقدون أن التنبؤ لا يفيد الا من حيث ارتباطه بخطة أو برنامج أو تصميم فنى ، لكن الأمر ليس كذلك، اذ أن من رأينا أن التنبؤ كالفضيلة ، له ثمرته الخاصة به ٠ فهو يعطى صورة شاملة الرؤية لتاريخ القرون والسنين المستقبلة ٠ والانسان لا بد فى الوقت المناسب سيدرس هذا الشكل من أشكال التاريخ — تاريخ المستقبل — بنفس النجاح الذى درس به تاريخ الماضى ، لكن تظل هناك حقيقة قائمة ، هى الحقيقة التى تتمثل فى أن التنبؤ بغير خطة أو برنامج أو تصميم فنى هو عمل أكاديمى بحت ، حتى لو كان ذلك تدريبا تثقيفيا ممتعا ، كما أن الخطط والبرامج والتصميمات الفنية بغير تنبؤ تصبح ، بالضرورة ، تحكمية وبالتالى أقل كفاية ٠

وهنا يجب أن نوضح السبب الذى وضعنا فيه عبارة « تاريخ المستقبل » داخل قوسين (تمييزا لها عن تاريخ الماضى) وكذلك سبب استخدام عبارة « شكل من أشكال التاريخ » ٠ الواقع أنه لا يمكن فى طبيعة الأشياء ، أن يكون هناك تاريخ للمستقبل بالمعنى العادى لكلمة « التاريخ » ٠ ومن رأى المادية الجدلية والتاريخية أن المستقبل (تمييزا له عن الماضى والحاضر) هو فى

أصله جدلى ، ومن ثم فهو يعرض كثيرا من المتغيرات المحتملة ، كما يتوقف على ظروف متعـــددة لا يمكن تغطيـــة تفاعلهـــا المعقـــد تغطية تامة(١) •

ويؤدى رفض هـــذا المدخل الى المســـتقبل ، حتما الى جبرية جامدة ، والى غيبية والى تعلق بالقدرية ، وهذه كلها مفاهيم متميزة أو مثالية وفلسفية تجريدية • وعلى العكس من ذلك فان أخذنا بهذا المدخل يؤدى بنـــا الى نتيجة فلســـفية هى أن التنبؤ المفرط (القاطع) بظواهر المســـتقبل وتواريخهـــا مستحيل أساسا . وأن الاستثناءات المحتملة لذلك هى مجرد عمليات أولية طبيعية وفنية نسبيا (ككسوف الشمس وخســـوف القمر الذى يمكن التنبؤ به قبل وقوعه بملايين السنين) ، وبافتراض أن عمليات اجتماعية أخرى أكثر تعقيدا لا تتدخل فيها (كاحتمال أن يكون الانسان فى المستقبل قادرا مثلا على تغيير مدار القمر أو حتى تفكيك القمر لأسباب لا تزال فى علم الغيب) •

وفى الوقت ذاته ، نرى أن ذلك يوضح ســـوء الفهم الذى يتمثل فى أن بعض علماء التنبؤ ، أو قارئى المستقبل كما يطلق عليهم أحيانا يتهمون باذاعة أقوال لا سند لها يتنبأون فيها بأحداث مستقبلة محددة بتواريخها ! ان قيمة التنبؤات فى الواقع تتوقف على ما بها من تحديد ، وعلى ما اذا كانت تشير الى تاريخ معين ، لكن هذه العوامل لا يتصل أحدها بأية صورة بالوحى الالهى ، الذى يختلف عنه التنبؤ بصفته الجدلية •

---

(١) تؤدى ، فى بعض الأحيان ، دراسة الماضى والحاضر أيضا الى ظهور مفاهيم ومتغيرات جدلية تتفاوت درجات الثقة فى صحتها ، لكن هذه مشكلة مختلفة قد تجرنا بعيدا عن الموضوع الذى نحن بصدده •

فحين نتنبأ مثــلا بأن العمل المنزلى سيكون كله باســتخدام « الأزرار » فى سنة ١٩٧٥ ، فان ذلك لا يعنى أن هذا التنبؤ سيتحقق فى تلك السنة بالفعل ، بل هو مجرد اشارة الى أن الاتجاهات الحاضرة توحى بأن ذلك محتمل الحدوث احتمالا كبيرا فى النصف الأول من السبعينات ، لا فى الغد القريب ولا فى مدى مائة سنة . لكن ذلك لا يغطى الا مجرد ما يظهر لأول نظرة ، فالتنبؤ يمكن الصناعات المعينة من أن تسير على الخطوط المثلى المختارة التى تخفض التكلفــة تخفيضا كبيرا ، وتدر الملايين الـكثيرة كأرباح زائدة ويخصص جزء من هــذه الأرباح الزائدة لادارة معــاهد البحوث المتخصصة التى تنتشر بالمئات فى العــالم كله . وتقول جريدة « سايانس » اللندنية London Seience Journal فى العدد ١٠ لسنة ١٩٦٧ ان عددا من الشركات قد زادت أرباحها زيادة كبيرة نتيجة استخدامها الفعال للمعلومات التى وصلت اليها بالتنبؤ .

وعلى ذلك ، فان التنبؤ رغم ما يبدو فيه من تناقض ، قد كسب قوة كبيرة حين أدرك الناس تماما أن المستقبل لا يمكن التنبؤ به بالمعنى الذى يفهم به مختلف الأنبيــاء هذا اللفــظ ؛ بل ان التنبؤ بمعنى تحليل الاتجاهات وتوقعات المســتقبل ، ومحاكاة المواقف واستشارة الخبراء .. الخ ، قد مكن لمتغيرات المستقبل من أن تصبح خطوط استرشاد لزيادة فعالية التخطيط والبرمجة والتصميم الفنى والرقابة ، ولتحقيق أرباح تصل الى ألوف الملايين من الروبلات .

ولندع الآن ما هو مسلم به كثيرا أو قليلا من آراء حول التنبؤ بالعمليات الطبيعية والفنية ، لنبحث ، فى ايجاز ، مشكلات التنبؤ بالعمليات الاجتماعية ، فالآراء تتباين حول هذا الموضوع أيضا ، فيرى البعض أن تنمية الاقتصاد القومى وحدها هى التى يمكن التنبؤ بها ، ومن ثم فالتنبؤ الاجتماعى بحكم طبيعته لا يمكن أن

يتناول الا المسائل الاقتصادية ، أما العوامل المختلفة ، علمية كانت أو تكنولوجية أو اجتماعية (كالعوامل الديموجرافية مثلا) فلا تدخل الا كاعتبارات جانبية ، والا من حيث اتصالها مباشرة بعلم الاقتصاد • ويرى آخرون (من بينهم كاتب المقال) ان التنبؤ الاقتصادى ليس الا جانبا واحدا من جوانب التنبؤ الاجتماعى ، وأن العمليات الاجتماعية انما تفهم بأوسع معانيها كعمليات تضم كل أنشطة المجتمع الانسانى ، ويرون أيضا أن هناك صورا من التنبؤ لا تقل فى أهميتها عن التنبؤ الاقتصادى ، وان تكن أقل تطورا ••• ىن هذه الصور مثلا التنبؤ بالجوانب الاجتماعية للتقدم الفنى والعلمى فى المستقبل (وهو ما نسميه مؤقتا بالتقدم العلمى والتكنولوجى) والتنبؤ بالعلاقات الاجتماعية البحتة بأضيق معانى الكلمة ، والتنبؤ بتطورات الشئون الحربية والسياسة الخارجية والداخلية وشئون العدالة الاجتماعية ، والمسائل المتصلة بالجغرافيا والفضاء الخارجى ، ويمكن تقسيم كل موضوع من هذه الموضوعات الى عدد من الأقسام الفرعية •

فالتنبؤ العلمى والتكنولوجى ، اذن يتألف من تنبؤات تتناول الجوانب الاجتماعية للعلوم ولبعض فروع التكنولوجيا كهندسة القوى والمواد الخام والمعدات الأساسية والصناعة والزراعة والتشييد والنقل والمواصلات (وما يتصل بكل علم من هذه العلوم من فروع) • ولمشكلة الاعلام أهمية خاصة فى هذا المقام ، اذ أصبح للاعلام مجال أوسع كثيرا من مجرد مشكلة الاتصال كماكانت تفهم فى الماضى ، لهذا فانه يتطلب عناية خاصة ، لأننا نواجه أزمة ويجب أن تجد أساليب جديدة أكثر كفاءة لجمع المعلومات وتحليلها وتخزينها وترديدها •

ويجب أن يكون مفهوما ، وبصورة واضحة ، أن التنبؤ العلمى والتكنولوجى ليس محاولة للتنبؤ بالكشوف العلمية والتكنولوجية التى هى بطبيعتها لا يمكن التنبؤ بها (والا لما كانت كشوفا !) ، بل هو فحص للمتغيرات المحتملة فى التطورات المستقبلة فى العلوم والتكنولوجيا ، يمكن بواسطته تنظيم البحث العلمى وتخصيص رأس المال اللازم وتجنيد الباحثين العلميين وغير ذلك ، تنظيما تتوافر فيه الكفاية ، ويصدق القول ذاته بالنسبة للجوانب الأخرى من التنبؤ ٠

ولعل أقل هذه الجوانب تطورا هو التنبؤ الاجتماعى ، الذى يتضمن التنبؤات الديموجرافية (كالنمو السكانى والهجرة والتغيرات الهيكلية السكانية ، الى آخر ذلك ، وكذلك تنبؤات الأعراق : أى التطور المحتمل فى الشعوب ، واللغات المكتوبة واللغات المنطوقة ، والعادات ٠٠٠ الخ) ، وما نسميه بالتنبؤات الأنثروبولوجية لعدم وجود تسمية أفضل لها (المميزات البدنية والسيكولوجية لانسان المستقبل ، مستقبل توافق الفرد والمجتمع أحدهما على الآخر ٠٠٠ الخ) ، وكذلك التنبؤات الخاصة بالتركيب الاجتماعى للمجتمع ، والجوانب الاجتماعية لنمو الحضر ، وخدمات صحة الجماهير ، والتعليم ، والثقافة ، والفنون ، والآداب ، والقانون ، والنتائج الاجتماعية للتقدم العلمى والفنون ، وغير ذلك كثير ٠

غير أن التنبؤ الاجتماعى ما يزال متأخرا كثيرا عن التنبؤ الاقتصادى ، ومرجع ذلك ـ الى حد كبير ـ الى أنه كثيرا ما يعالج على أنه فرع جانبى من علم آخر مع ان التنبؤ بالعمليات الديموجرافية وتطور خدمات صحة الجماهير ، والتعليم ، وما شابه ذلك ، ينطوى على أهمية اقتصادية كبرى فى الوقت الحاضر دون شك ٠ وفى عملية التنبؤ ، يرتبط علم الاجتماع بعلم الاقتصاد ارتباطا وثيقا لا يختلف

عن ارتباط العلوم بالتكنولوجيا ، أو الشئون الحربية بالسياسة أو الجغرافيا بالفضاء الخارجي. أما دراسة شخصية الانسان والمجتمع الانساني على مستوى اقتصادى بحت ومن ناحية وحيدة هى ناحية ارتباطهما بقوى الانتاج (حتى ان كان لذلك أهمية أولى) فانه ينطوى على مبالغة فى تبسيط المادية التاريخية ، ذلك أن الانسان والمجتمع شخصيتان مستقلتان ، ومن ثم فان التنبؤ الاجتماعى شخصية مستقلة كعلم الاجتماع الذى نعرف انه ليس مجرد فرع من فروع علم الاقتصاد ·

ويقال الشيء ذاته عن التنبؤ الجغرافى الذى ينمو بسرعة كبيرة وبمختلف فروعه ــ التنبؤ فى الجغرافيا الاقتصادية ، وفى الجغرافيا السياسية وفىالجغرافيا الطبيعية، الخ ــ فهذا الميدان المعتقد يحتضن شبكة كاملة من المشكلات المتشابكة تشابكا شديدا والخاصة بمستقبل التفاعل بين الطبيعة وبين المجتمع ، بما يتجاوز دائرة الاقتصاد البحت، فهو يشمل تنبؤات خاصة باستخدامات الأرض فىالمستقبل ــ الصحارى ، والمناطق الدائمة التجمد ، والغابات الصنوبرية السبخة، والأحراش ، ومناطق المستنقعات ، والأقاليم والمرتفعات المتجمدة، والمحيطات وقاع البحار ، ويشمل كذلك المشكلات القديمة المرتبطة بالحد من تلوث الهواء والماء ، وتآكل التربة ، وتنظيم فيضان الأنهار الداخلية (وموارد المياه العذبة بصفة عامة) وتنظيم حياة النبات والحيوان ، والتحكم فى التيارات البحرية ، والتنبؤ بثورات البراكين ، والسيطرة على السحب وتكثيفها ، والمناخ ، والجو بصورة عامة ، وحتى القواعد العلمية للخطط الحالية لاعادة بناء قارات بأكملها أو ما يوجه من نقد لهذه الخطط ·

ان الموقف هنا لا يقل خطرا عن الديموجرافية (التفجرات السكانية فى بعض المناطق ، وقلة السكان فى أخرى ، وسرعة تزايد

تلوث الهواء والماء ، والتهديد بنضوب الماء العذب ، ونقص الأرض الزراعية بدرجة تتزايد نتيجة لتلكل التربة ، وغيره من العوامل ، والحاجة الى تقييم عاجل المنتائج المحتملة من تنفيـذ المشروعات القائمة لتنمية الأرض على مستوى كل قارة و ... الخ . فالبحث في هذا المجال اذن عاجل وملح وبالغ الأهمية ، فالتنبؤالجغرافى كالتنبؤ الاجتماعي ، يجب ألا ينظر اليـه كمجرد جزء من التنبؤ الاقتصادى ، مثلما أن الجغرافيـا لا تعتبر مجرد جزء من علوم الاقتصاد .

ان العامل الرئيسى في كل ما ذكرناه هنا هو مسألة الطريقة ؛ على أن ذلك لا يمكن تناوله الا اذا دخلنا فى الجوانب الفلسفية للعلوم المتعلقة بالمعرفة والمنطق ، والميثودولوجيا (علم المنهج) فى التنبؤ العلمى ، وكلها جوانب تحتاج الى عناية مفردة .

ان الموقف الحاضر هو كما يلى : تقـدم العمل بعـلم المنهج (الميثودولوجيا) «methodology» تقدما «نسبيا» (وبخاصة فيمايتصل بالتجريب) كما تقدمت مبادىء الميثودولوجيا العامة فى التنبؤ العلمى — وصارت بالنسبة لموضوعنا هذا ، معادلة للرسائل الخاصة بالمادية الجدلية والتاريخية . غير أن الميثودولوجيا المحددة ، أى نظرية التنبؤ بصفة عامة والتنبؤ الاجتماعى بصفة خاصة على أساس هذه المبادىء ، غير قائمة على الاطلاق مع الأسف ، أو هى ما تزال فى مرحلة الجنين .

أما عن طريق التنبؤ ، فقـد ثبت نجاح أنواع مختلفـة من الاستقراء الذى هو فى الواقع كل ما يعرف فى الوقت الحاضر عن التنبؤ ، ويستند الاستقراء الى أسس من طرق المسح المختلفة بما فى ذلك البيانات التى يحصل عليها بإرســال بطاقات استقصاء الى

الخبراء ، والى نماذج للتنبؤ مبوبة على أساس عدد المتغيرات التى تقدمها ومرتبطة بتاريخ معلوم ، والى الاستقراء الرياضى والاحصائى المعقد ، الذى يتفادى أخطاء الاستقراء المباشر ، والى الاستقراء القائم على القياس ، وغير ذلك من الوسائل والطرائق • ولقد بذلت جهود كثيرة لوضع طرق للتنبؤ تقوم على أساس تحليل مادية المعلومات المسجلة •

على أنه لم يطرأ تقدم يذكر على تطبيق الطرق الرياضية على التنبؤ الاجتماعى ، وان تكن نظرية الاحتمالات ، ونظرية الحدود ، وكذلك أحدث الأساليب فى الرياضيات والتحكم المركزى Cybernetics تستخدم بصورة متزايدة ، ولا شك فى أن التقدم المستقبل سيزيد من كفاية التنبؤ فى هذا الصدد •

ولقد أتقن حتى الآن استخدام ما يقرب من مائة طريقة مختلفة ، وهى تطبق الآن بنجاح فى التنبؤ الاجتماعى ، بل ان طرقا أكثر تستخدم بنجاح فى التنبؤ بالعمليات الطبيعية والتكنولوجية •

على أن من الواضح أن درجة الثقة والدقة ومدى التنبؤ ستتزايد بقدر أكبر اذا وضعت الطرق فى المستقبل على أساس راسخ وطيد من ميثودولوجيا محددة ـ نظرية التنبؤ بصفة عامة ونظرية التنبؤ الاجتماعى بصفة خاصة •

ان ما هو مطلوب هو علم قائم بذاته (نكتفى هنا بأن نسميه « التنبؤ العام » وفرعه « التنبؤ الاجتماعى ») يتناول قوانين التنبؤ وأساليبه وطرقه ، اذ أن مثل هذا العلم لم يوجد بعد ، على الرغم من أن البحث النظرى الشاسع فى هذا السبيل قائم على قدم وساق فى كثير من دول العالم ، وعلى الرغم من كثرة الأسباب التى تدعو

الى توقع ظهور علم جديد للتنبؤ فى المستقبل القريب ، علم قادر على حل المشكلات التى تتجاوز مجال العلوم القائمة ٠

ان الدولة التى ينجح علماؤها فعلا فى وضع نظرية للتنبؤ ستمتلك دون شك سلاحا قويا يكون شديد الفعالية فى المسائل العلميـة والاقتصادية والايديولوجية والسياسـية ، وغـيرها من المجالات الهامة الأخرى ٠

ان فكرة التنبؤ العـلمى كثيرا ما تختلط بفكرة الاستنباط العلمى ، أى الاستنباط القائم على أساس قانون عام يحكم تطور نظام معين (كاستنباط حتمية الشيوعية) والواقع أننا اذا اكتشفنا وفهمنا القوى الدافعة من وراء ظاهرة ذاتية التطور ، والقانون الذى يحكمها ، لاستطعنا أن نجرى تنبؤا عاما عن تطورها المستقبل (ونظرا للطبيعة المتكاملة لهذا النوع من التنبؤ فان من الممكن زيادة دقتها بتطويل المدى الزمنى) ، على أنه يجب أن نذكر أن القانون العام لا يشير الى حاجة فحسب ، بل يفترض اجراء مقدما (كعملية تحويل العالم مثلا) ٠ وفى المجتمع الحديث يتخذ هذا الاجراء صورة التنبؤ أو التخطيط أو الرقابة ، الى آخر ذلك ٠

وفى هذا المقام ، يحتاج التنبؤ كما قلنا ، لأن يكون هادفا بقدر الامكان ، غير أن ذلك لا يعنى أنه مجرد تأمل سالب لكل دائرة الاحتمالات ـ فان هذا ليس الا الخطوة الأولى على حين أن العمل الرئيسى للتنبؤ هو وضـع دلائل Functions توزيع الاحتمالات على دائرة الامكانات مع الأخذ فى الاعتبار بعـدد كبير من العوامل الموضوعية والذاتية ٠ كما أن معرفة القانون العام تبسط ، بدون شك ، هذا العمل الى حد كبير ، غير أنها لا تؤدى الى حل مشكلاته ٠

ومن رأينا ألا نبالغ فى تقدير القيمة المطلقة للقانون العام ، فالطبيعة من الاتساع والثراء الى درجة تستبعد أى قانون نكتشفه مهما اعتقدنا أنه عام ، باعتباره ظاهرة محلية (كاضطراب فى الفضاء الجوى أو نضوب الموارد أو حرب نووية ، الى غير ذلك) فالقانون العام اذن قد يصبح نقيضا لنفسه ـ متغيرا معينا ، فاحتمال هذا « الانقلاب » والحاجة الى قوانين عامة جديدة يجب أن يظلا فى ذاكرتنا دائما ، لكن أهمية الأسس النظرية للفعل الانسانى ، وبخاصة نظرية التنبؤ فى مثل هذه الظروف ، ليست بحاجة الى تأكيدها •

ان قانون العلم الجديد الذى اسميناه مؤقتا « علم التكهن » Prognostics تعوقه عدة حالات من سوء الفهم ناقشنا احداها فيما سبق • والواقع أن المرحلة الجديدة من مراحل تطور التنبؤ الاجتماعى الذى بدأ فى الغرب فى أواخر الخمسينات وأوائل الستينات (كانشاء عدد من مراكز البحث العلمى المتخصصة فى مختلف مشكلات التنبؤ ، واحكام طرق للتنبؤ عالية الكفاءة •• الخ) قد أدت الى ما يشير الى ظهور علم جديد عن المستقبل ـ هو علم استطلاع المستقبل Futurology ،كما يطلق عليه احيانا ، على أن علم استطلاع المستقبل (أو علم التكهن كما يسمى أحيانا) لا يعتبر فقط امتدادا مباشرا للعلوم التاريخية ، (أى « التاريخ الممتد فى المستقبل » الذى أوضحنا فيما سلف أنه زائف من وجهة نظر المادية التاريخية والجدلية) بل يعتبر كذلك بديلا عن نظرية الشيوعية العلمية التى يصرح الأيديولوجيون البورجوازيون بأنها غير علمية بل ووهمية أيضا ، الأمر الذى يؤدى الى خلط بين المسميات ، لأن الكلمات تستعمل بمعان مختلفة • ولقد ذكرنا من قبل أن علم التكهن ، كما نفهمه ، هو دراسة القوانين والأساليب والطرق

الخاصة بالتنبؤ ، وهو يتناول المسائل الواقعة خارج دائرة فروع العلوم القائمة كما أنه لا يحل محل التنبؤ البحث الذى هو ، كما نعرف ،وظيفة ذاتية من وظائف أى نوع من فروع العلم • على العكس ، فهو انما يقصد به التعجيل بتطور وظيفة التنبؤ فى كل فروع العلوم أما العلاقة الوثيقة بين التكهن ووظائف التنبؤ فى كل العلوم فانها تخلق علما معقدا ـ لا علما جديدا ، بل مجالا جديدا للنظر والتبصر ، رحلة جديدة جدا فى العلوم المعاصرة ، تؤثر فى كل جوانبها ؛ فالتنبؤ الاجتماعى مثلا يتضمن التنبؤ الاجتماعى والاقتصادى والحربى والسياسى والعلمى والتكنولوجى والفضاء الكونى •

فالأجزاء التى يتكون منها هذا العلم أجزاء ذات ولاء مزدوج ، ذلك أن التنبؤ الجغرافى يظل جزءا من الجغرافيا ، كما أن التنبؤ الاجتماعى يظل جزءا من علم الاجتماع ، وبالمثل فان التنبؤ العلمى والتكنولوجى يظل جزءا من العلوم والتكنولوجيا ، كما أن التنبؤ الاقتصادى يظل جزءا من علم الاقتصاد ، وهكذا ، لكن كلا منها يتكامل فى الوقت نفسه فى التنبؤ الاجتماعى لأنها جميعا تشترك فى القوانين والطرق والأساليب الخاصة بالتنبؤ ، وهى معا تشكل كلا متكاملا لأن روابطها احـداها بالأخرى هى فى قوة روابطها بعلومها « الأصيلة » التى تشكل جزءا منها •

ان هذا العلم المعقد الجديد ، هذا الفرع الجديد من العلوم المعاصرة ، هو ما يسمى أحيانا بعلم استطلاع المستقبل ، تمييزا له عن علم التكهن الذى يصبح فى هذه الحالة جزءا هاما من علم استطلاع المستقبل ، فعلم استطلاع المستقبل بهذا المعنى ، مختلف تمام الاختلاف عن علم استطلاع المستقبل الذى يدعى أنه « تاريخ

المستقبل » ، وهو ليس بديلا عن الشيوعية العلمية ، بل هو على العكس ، بحكم طبيعته يجب أن يقوم على الأساس النظرى للمادية التاريخية والجدلية التى تعنى أن الشيوعية العلمية هى الدليل الوحيد الذى تسترشد به .

ومن الطبيعى أن هذا الفرع الناشىء من فروع العلوم المعاصرة يقتضى اعادة النظر والدرس لآرائنا حول درجة تعقده ، وهذا على أى حال نتيجة طبيعية لتطور نظرية المعرفة وتزايد تعقد المعرفة ، لكن يظل مع هذا من الحقيقى أننا نشهد ميلاد علم جديد ، يمكن للبيانات المتجمعة من التكهنات فى مختلف العلوم أن تترابط ترابطا فعالا (تتراكب وتتكامل) كما يسهل الدراسات الشاملة للنظر الى مختلف جوانب تطور المجتمع ، وهذه حقيقة تتطلب الدراسة الدقيقة الواعية .

وطبيعى أيضا أن ما قلناه لا ينطبق على التنبؤ الاجتماعى وحده ، وان يكن هذا الجانب يستحق عناية خاصة ، اذ أن مشكلات المستقبل كانت وستظل ميدانا للصراع الايديولوجى بين نظم العالم الاقتصادية والاجتماعية .

(مترجمة عن الروسية)

البحث الثانى

الخيــال والمســتقبل

قد يكون مغريا أن يكتب المرء مقــالا عن الثورة العلميــة والتكنولوجية فى صــورة تاريخ أثر الخيال(١) ، فالخيال بحكم اقتصــاره على عالم الأحــلام والفنون ظل قرونا طويلة لا يمس الحقائق الاجتماعية والسياسية الا مسا غير مباشر ٠ أما اليوم ، وبعد أن تحالف مع العلوم الدقيقة ومع دقة الهندسة ، فقد أشعل ثورة فى حركة الحياة كلها على هذا الكوكب ، ولم يمض أكثر من ثلاثة أجيال حتى غير مجرى حياة الناس تغييرا جذريا لم يتحقق لهم على مدى ثلاثين جيلا ٠ ولقد بلغت هذه الملكة عند الانسان مبلغا من القوة جعلته يغتر بنتائج طاقاته الخلاقة فيبدأ فى تغيير موقفه من القدر ، فلم تعد حياة هذا الجيل ولا الأجيال القادمة تحكمها قوى نائية خفية ، ولا القوانين التاريخية أو ضربات الحظ ، بل تحكمها رؤيته التى تظهر لعينيه ٠ وسواء أراد الانسان أو لم يرد ، أصبح مستقبله يبدأ فى عقله ٠

ان كل من يعنيه عالم الغد ، وما بعده ، ومدى ما سـيكون أو ما يريده هو أن يكون ، يتعين عليه اذن أن يضع الخيال فى مرتبة عالية من سلم القيم ــ وهــذا رأى لا يجرؤ الكثيرون من علماء

---

(١) المرجع روبرت جانك ٠

التنبؤ على تأمله ، لأنهم ما يزالون يجدون فى الخيال شكا ـ أو شيئا غير منطقى ، لا يمكن الاطمئنان الى صحته ، شيئا غامضا ، لا مكان له فى التنبؤ العقلانى الا اذا استؤنس كما يستأنس النمر الذى يمرن على النفاذ فى الحلقات ، والا اذا تحول الى طاقة تزود بها الآلة حتى تعمل •

ان التنبؤ الذى يغفل الخيال أو يميل الى تقييده ليس الا تنبؤا يبتعد كثيرا عن هدفه الصحيح أو يضع هذا الهدف فى موقع ثانوى، ذلك أن الكثير مما يجرى اليوم بقصد تحديد شكل الأشياء المستقبلة مستعينا بأدوات منهجية جديدة ، هو فى الواقع مرسوم بقصد عدم قدوم هذه الأشياء وهو يسعى لتقديم الحماية من المجهول ، ولاستبدال ما هو غير متوقع بما هو مخطط له ، ولاحلال يقين اليوم محل تشكك الغد •

ان هذا المدخل يتفق مع التقاليد الانسانية ، فلكى يخلد الانسان ، ذلك المخلوق الماكر ، كان عليه أن يحمى ذاته فى الغابات ، وكان عليه أولا أن يفرض طابعه على الطبيعة ، فحقيقة أن الانسان من صنع نفسه ، من وقت أن ملك القوة على تغيير بيئته ، وكذلك منذ أن وجد الوسيلة للتأثير فى المستقبل ـ وحتى القضاء على نفسه قضاء مبرما بقطع خيوط حياته ـ ان هذه الحقيقة تبدو هنا أيضا كأن الانسان فتح هذا الكون واحتله ، ومن ثم لا تدهشنا ، غير أن ما يدفعنا الى التساؤل هو ما اذا كان الانسان ، فى محاولته لتشكيل تطوره ، قد استفاد استفادة كافية من التجارب السالفة التى اكتسبها من البيئة الطبيعية ، وهو تساؤل سببه أن الثورة العلمية والتكنولوجية فى أيدى الكثيرين من قصار النظر قليلى التفكير ، قد أتلفت أو اقتطعت أو أبطلت أو حتى دمرت تركيب الطبيعة بتوازنه الدقيق المعقد ، فهل نحن نمضى الآن على

نفس النحو بالنسبة لعالم الغد ؟ وهل نشن ، باسم المستقبل ، نوعا من الحرب الوقائية ضد المستقبل حتى نحوله الى عبد خاضع من عبيد اليوم ؟

علينا أن نأمل فى ألا يدوم هذا الاتجاه السائد فى البحوث الخاصة بالمستقبل وبخاصة في الدراسات الصناعية الطويلة الأجل ان المستقبل أكثر من مجرد امتداد للحاضر • والمدخل الكمى لا يعطى الا صورة جانبية فحسب ، اذ أن طبيعة المستقبل تحددها التغيرات النوعية الى حد كبير ، وهى تغيرات تحدث عادة على نحو غير متوقع فيجب أن يكون تصورنا لها على أنها نفى للحاضر لا على أنها اثبات للاتجاهات الجارية ، ولقد نقترب كثيرا من الدور الصحيح للخيال اذا ميزنا بين مختلف الصور التى يتخذها « الخيال المنطقى(١) » (الذى يعتبر الخيال الوحيد المعترف به من العلميين) و « الخيال الناقد(٢) » و « الخيال الخلاق(٣) » • وعلى عالم التنبؤ أن يدخل فى حسابه أنواع الخيال الثلاثة ، ولا بد أن نزعته ستؤدى به الى زيادة اهتمامه بواحد من هذه الاحتمالات الثلاثة •

ان المفتاح الرئيسى اليوم فى محاولة فتح أبواب المستقبل هو الخيال المنطقى ، وبذلك يمكن القول بأن هذا النوع من الخيال هو النوع المعترف به على الاطلاق لأنه يسد الثغرة التى تفصل بين ما هو معروف فعلا ، وبين ما لم يزل غير معروف ، عن طريق عملية التصور العقلى • ان استقراء الاتجاهات الحاضرة ، المسجلة

---

(١) logical imagination.

(٢) Critical imagination.

(٣) Creative imagination.

على شكل منحنى متقن يربط نقطة بأخرى ، انما يمثل أبسط شكل من أشكال هذا النوع من التنبؤ ، ولقد تعرض فى السنوات العشر الأخيرة بصفة خاصة لقدر من التنقيح والتوسع ، بعدد من الطرق المعقدة منها مثلا تحليل النظم الموافقة للمستقبل ، والتفكير الشكلى (المورفولوجى) — morphological — ووضع نماذج للقرارات • لكن من وراء هذه المحاولات كلها ، حتى ما يسمى منها المحاولات « الفجة » لايجاد برنامج عمل للمستقبل ، ارتباط بأسلوب الاستقراء المنطقى ، وحتى اذا افترضنا — كما يحدث فى محاولات « التنبؤ المعيارى » — هدفا للمستقبل كأساس للوثوب منه خارج الحاضر ، فالواجب أن يكون هدفا يمكن الرجوع منه بخطوات منطقية من المستقبل الى الحاضر لاستعادة نعمة العقل •

ثم ان الخيال الناقد من الناحية الأخرى ، ما يزال فى دور طفولته ، فهو كغيره من صور النفى الأخرى يرتبط بما يتساءل عنه أكثر مما يرتبط بما يدركه • صحيح أن له أن ينقد ومن ثم يقلل من شأن الترتيب القائم للأشياء لكنه فى معظم الأحوال سيحاول بدوره أن يبرر هذا الرفض بحجج منطقية مضادة ، وهو بذلك يتخذ موقفه على أساس مفاهيم يود أن ينفيها ، وبذلك يضع نفسه فى موضع التبعية للترتيب القائم للأشياء ، مما يجعل من المستحيل، بدوره ، فتح منفذ أصيل الى ميادين جديدة حقا • والخيال الناقد ، كالخيال المنطقى فى معظم صوره ، تحاصره أساليب الفكر والآراء المعاصرة التى لا يستطيع أن يتخطاها •

والخيال الناقد يمكن أن يكون أكثر فاعلية لو أنه اعتبر مجرد قاعدة وثوب ، فلو أنه كشف جوانب الضعف والأخطاء التى تنتج عن الاستقراءات المنطقية والتباديل والتوافيق لمهد الطريق لادخال

نوع جديد من الخيال ، هو ما أريد أن أجعله النقطة الرئيسية فى هذه التأملات ٠

أما الخيال الخلاق فلا يقنع بتوسيع الاتجاهات القائمة ولا بربطها أو نفيها ، بل يحاول بتقسيم النظم القائمة (أو النظم المضادة) التى تنفذ منطقيا الى المستقبل ، أن يضرب فى آفاق جديدة كل الجدة ، متخذا منطلقا جوهريا يبدأ من الحاضر وما هو متوقع ، بالاستقراء ، أن يبرز منه ، وهذه عمليات معروفة من تاريخ العلوم الطبيعية ومن تاريخ الحضارة ، فالأشعة السينية ، والفيزياء الكمية ، والرسم التجريدى ، ومسرح اللامعقول ، لا يمكن اعتبارها نتائج منطقية أو تطورا مقصودا لمفاهيم سابقة ، بل هى بدايات جديدة أصيلة تتولد عنها عفويا آراء وتقييمات تشكل منطلقا أساسيا من أى شىء معروف من قبل ، وهى تمثل مرحلة ، وتحدد عصرا ، كما أنها تضع نفسها فوق كل الخلافات السائدة المعقدة ٠

وحتى ما يسود العالم الآن من فكرة استكشاف رتيب معقول للدنيا وسكانها ــ وهى الفكرة التى يمكن البرهنة عليها مرحلة بعد مرحلة ــ كانت قبل قرون قليلة بداية جديدة ، وفى الوقت الذى كان اهتمام من عاشوا السنوات الدامية التى يتميز بهــا العصر الحديث ، اهتماما مركزا حول الصراعات الدينية ، كانت هناك طريقة أخرى للنظر الى تغيير بيئة الانسان وتخيلها ، طريقة أخرى فى طريقها الى الظهور ٠

ان كل من يحاول اســتخدام النظرة التى أطلقت فى القرن السابع عشر دوافع خلاقة جديدة ، دوافع مطلقة ودائمة ، لوضع « قوانين » تتصل بتطور البشر فى المستقبل ــ كما تحاول ذلك بالفعل وسائل التنبؤ العلمى الذى يرتكز على الخيال المنطقى ــ انما

يسلك سبيل العجرفة بل وينقصه عمق النظرة التاريخية • لقد قيل بحق أن تصورات الجماهير عن مستقبل الطابع العلمى والتكنولوجى لا تبين لنا الا القليل عن عالم الغد ، بل أقل مما تبينه عن عالم اليوم ، فالجماهير تسقط مواقف معاصرة على سطح زمنى جديد ، وتحاط النتائج بدرجة من التعصب لا تقل عن أحلام العصور الوسطى عن قدوم عصر الكنائس والأديرة ، أو عصر التقوى والعبادة ، أو عصر (هو نفى السابق تماما) يسيطر فيه الشيطان ويعربد فيه الوباء والدمار •

ولكن هل يمكن الآن فعلا أن نتنبأ بتغييرات عميقة وبانطلاقات فكرية جديدة ، وببذور نمو المستقبل كالتى يبذرها الخيال الخلاق أحيانا ؟ هل يمكن للأفكار الصحيحة الرؤية التى تشكل انفصالا عن الحاضر وعن محاولة امتداده ؟ هل يمكن لهذه الأفكار أن تراودنا على الاطلاق ؟ أليست العقول كلها مغللة بالقيود فى « سجن » الزمن ، وأن أية محاولة للهرب منه جنون ما بعده جنون ؟ هذا التساؤل قد يبدو سليما ، ولكن لو كان الأمر كذلك لما حدثت وثبات نحو طرق أخرى ، ولا انطلاقات جوهرية جديدة ، فالمسألة فى الواقع ليست مسألة ما اذا كان مثل هذا التفكير الجديد ممكنا ، بل هى مسألة كيف يمكن استنباطه فعلا أو تشجيعه على الأقل • أولا كان من الواجب دراسة كل العوائق التى تعترض طريق الخيال الحالم(١) فى نفس مصادرها ، فلو أمكن ازالتها أو تفاديها بالدوران حولها أو عبورها لأمكن للخيال ــ الذى أدى تآلف أحد جوانبه مع العقلية العلمية والتكنولوجية الى احداث تأثير بالغ وان يكن خطيرا كذلك ــ أن يرسم صورا للمستقبل مختلفة جدا وضرورية جدا لبقاء الانسان وزيادة تطوره •

---

(١) Visionary imagination.

ان القيد الرئيسى على الخيـال اليوم هـو فكرة ما يمكن أن يسمى « بالحقائق (١) » أو « المعلومات (٢) » (وهو قيد أصبح غير ذى موضوع بفضل العلوم والسيكولوجيـا الحديثة) التى يمكن ادماجها فى المفـاهيم الجديدة ، فالمعـلومات التى يمكن تعريفهـا وضبطها واثبات صحتها فى وضوح وجلاء هى وحدها التى يمكن اعتبارها صحيحة بمقاييس الحاضر والأخذ بها • ولكى تحصل على هذا الدليل على صحتها يجب أن تنطبق على المعايير المعترف بها ، وان يكن يسمح أحيانا بظهور تفسير جديد لعوامل الرقابة حتى لا تؤدى أية معرفة جديدة لا تتفق مع الأنماط القديمة ، الى كثير من اللبس والفوضى •

ويعتبر البعض هذا المدخل واقعيا مع أنه أبعد ما يكون عن الواقعية ، فهـو يفسر الحقيقة تفسيرا ضيقا جدا ، وجامدا جدا وكميا جدا ، ومرتبطا بالزمن جدا ، ومن ثم يتخير مناطق الظلام التى أضاءها بالفعل نور الفهم ، أما المناطق الكبيرة من مناطق الشفق والظلام (التى يسودها ضوء آخر لمختلف حواس الادراك العاملة) فهى محل الاغفال والتجاهل حاليا أو على أحسن تقدير متروكة كمنطقة يغزوها الفكر فى المستقبل •

ان المفاهيم الجديدة لماهية « المعلومات » يجب أن تعترف بأن كل المشاهدات ، والمعلومات شىء مائع مرن سريع الزوال والتشكل عرضة لعمليات التغيير ، وأنها لن تقضى على الاحاسيس الباطنية ، ولا على الشكوك أو أحلام اليقظة أو تموجات المخ أو الرؤى ، من

---

(١) Facts.

(٢) data.

دنيا العلوم ، لكنها تكسبها وضعا خاصــا كالوضع الذى خلقته المجتمعات القديمة فى خيال السائحين والأنبياء ٠

فكيف ينسجم هذا مع نشاط البحث فى المستقبل غير البعيد ؟ ان جزءا على الأقل من الوقت المتاح للاجتماعات العلميــة يمكن تخصيصه للتفكير المتأمل في الموضوعات التى تجرى مناقشتهـا ٠ وفى دورات الانعقاد الكاشفة هذه يستبدل الأسلوب القــديم فى عرض النتــائج مع ما يقابلها من براهين ، بروح تأمل جريئة ، وتجريب فكرى متحرر وتبادل للآراء مرسل على سجيته ، وهكذا يحل جو من المرح والبحث المشترك محل الجو الذى يسود اجتماعات هذه الأيام : جــو الاعتــداد بالنفس ، والعــدوان والكبرياء المستأثرة ٠

ومما يجدر ذكره ، اصــدار المجلات التى تنشر التجارب ، ولا نعنى بذلك المجلات التى تحتوى على تقارير عن تجارب أجريت، بل نعنى المجلات التى تقترح فيها وتناقش تجارب جديدة ، ويجب أن تكون هذه المجلات حافلة بما وراء المعلومات أكثر مما تنشر من معلومات ، ويجب أن تكون معامل اختبار للآراء التى يجرى تأملها، ولموجات المخ التى لم يمكن تحقيقها بعد ، وللآراء المتصفة بالشطط التى يغالى « نيلز بوهر » ــ Niels Bohr ــ فى تقــدير قيمتها ، ويجب أن يسمح لكل من يكتب فى هذه المجلات بأن يستمتع بحرية مسرفة ، وبمعنى أصح ، بحرية فكر لا يسمح بهــا فى المجلات المتخصصة المرتبطــة بالمــاضى والحاضر ٠ ان كل من يجرؤ فى افتراضاته ومقترحاته وآرائه على النفاذ فى ميدان التأمل المتشكك أو يغفل فى شجاعة ما هو قائم من « قوانين » و « معايير » على أمل أن يقوم بعمل رائد على الطريق الى حقــائق أخرى أكثر عمقــا مما هو مدرك حتى الآن ، يجب ألا يسخر منه ، أو ينظر اليه على

أنه مسرف فى الأحلام ، بل يجب أن يكسب احترام زملائه الذين يقلون عنه تأملا وخيالا ٠

ومن الغريب أن المحاولات التى تبذل فى هذا الاتجاه لا تقوم بها الأوساط العلمية ، بل تقوم بها الصناعات الكبيرة ، فقد درج عدد من الشركات الأمريكية على تعيين ما يسمونه «الطيور البرية» ـ wild birds ـ وتتمثل وظيفتهم فى تزويد الصناعات بأكثر الآراء شططا بالنسبة لتطورات المستقبل ، كما تقوم صناعات أخرى بدراسات حول اعادة تقييم القيم المتوقعة فى عشرات السنين القادمة ، وتهيىء شركات أخرى للفنانين الخلاقين أن يعبثوا بموادها ومعداتها على أمل أن الملكات الخلاقة عند النحاتين والرسامين والموسيقيين والشعراء قد توفق بحكم تحررها من المنطق وانطلاقها مع الخيال ، الى كشوف تتجاوز ما تستطيع الهيئات العلمية المدربة فنيا أن تنجزه فى معاملها ٠

على أنه فى محاولات من هذا النوع قد يبرز شىء يعتبر عقبة فى طريق الخيال الخلاق ـ هو الأمل فى تطبيق الامكانيات الجديدة التى اكتشفت عن هذا الطريق ، فلقد ألفنا هذه المشكلة فى العلوم الطبيعية والعلاقة بين البحوث الأساسية والبحوث التطبيقية، ومهما تكن أهمية البحوث التطبيقية فانها قلما تبلغ ما يحدث بين الحين والحين فى مجال العلوم البحتة ، ثم تحقق بعد ذلك تغيرات عملية أكثر أهمية من التغيرات التى تنشأ من بحث يستهدف ، منذ بدايته، التطبيقات العملية ٠

فلكى يبلغ الخيال الخلاق قمة قدرته ، يجب من ثم أن يسمح له بالانطلاق من أغلال ما يعرف بالمنطق ، ومن الالتزام بتقديم الأدلة والبراهين ، وكذلك عليه أن يحرر نفسه من قيد التطبيقات

الممكنة ، عليه أن يعيد الحياة الى « النظرية » و « التخيل » اللذين كانا فى مرتبة عالية حتى بداية نشوء العلوم الحديثة •

وفى المحاولة الواعية التى تبذلها بحوث المستقبل لتنمية خيالها الخلاق ، يجب أن يكون من عملها وفرصتها أن تعيد تأهيل نوع من الانسان ظل طوال قرون فى زوايا النسيان أو عرضة للسخرية ، ذلك الانسان الحالم المتخيل القادر على أن « يرى » الى ما يتجاوز مدى بصر الغالبية العظمى من النـاس ، وقد حدث انطلاق فى هذا الاتجاه فعلا بطريقة « تنبؤ دلفى » التى وضعها « هيلمار » ــ Helmar ــ و « جوردون » ــ Gordon ــ والتى تحاول الحصول على اتفاق حـول التطورات المنتظرة عن طريق المقـابلة الشخصية مع أشخاص ليسوا فحسب على درجة عالية فى تخصصاتهم، بل يملكون فوق ذلك « ملكات الادراك الحسى » •

ان هذه الانطلاقات التى بدأت ــ وهى ما زالت تسير فى حذر شديد ــ لتعطى تعريفا جديدا لملكات الانسـان المدركة ، ليست انطلاقات كافية على أى حال • لكن حين يدرك الناس أهمية الخيال الخلاق لتشكيل المستقبل وللتنبؤ ، ستبذل المحاولات لزيادة المعرفة الوثيقة بالظروف التى يمكن أن تتم فيها هذه الزيادة وتهيئة هذه الظروف • ان البحث فى القدرة على الخلق والابداع والموهبـة الطبيعية وسيكولوجية الادراك الحسى وفسيولوجية المخ ، وكذلك الانثروبولوجيا الوصفية ، وعلم تركيب الدواء ، وعلوم الفن والأدب ، تستطيع أن تعطى مؤشرات هامة اليوم ، وكل مجالات البحث هذه سيستفاد منها ، ويربط بينها ، ويستكشف ما غمض منها بوساطة المعاهد الجديدة التى تعنى « بالتنبؤ العالى(١) » وذلك

---

(١) Adva ced Forecasting.

للمســاعدة على كشف مصــدر للقــدرات الانسانية ظل خافيــا زمنا طويلا ٠

ان معامل العقول هذه ، قد يكون لها أثر عميق فى تطــور العلوم ، فكما عرفت الفيزياء النووية الحديثة الجزئيات (الدقيقة) فى صميم قلب الذرة ، عرفتها كخرافة فرضت على حقيقة مائعة ، فرضتها ملكاتنا المحدودة ، كذلك فان الشخص المفكر المتخيل قد يبدأ فى كشف عمليات ، بينما كان فيما مضى يعتقــد أنه يرى حقــائق ٠ وبدلا من الاعتراف بشىء واضح الحــدود ، سنعترف بما هو دائم التغيير كشرط لوجــود الانســان ٠ لكن ذلك يعنى تعديلا فى الكيان الداخلى للانسان ، تعديلا قد يحتاج لأن يصل الى ما هو أعمق من نمط نظــام « كوبرنيكوس » ، اذ أنه سيتطلب التخلى عن كل الحقائق الثابتة والاعتراف بالتغير الدائم ٠ ففى هذا « العالم الطافى » سيصبح الخيال الخلاق موهبة الانسان الأولى التى تميزه عن كل شىء عداه ، حيا كان هذا الشىء أو غير ذى حياة ، لأنه سيكون عندئذ قادرا على التنبؤ بالمستقبل لا على أساس القوانين التى افترض أنها أزلية كما كان يفعل ، بل يتنبأ بها من داخل ذاته ، وسيصبح الانســان هــو خالق عالم يجب تعــديل شــكله باستمرار ، عالم يمضى فى طريقه دائما ، عالم يتجدد كل يوم ٠

(مترجمة عن الألمانية)

البحث الثالث

التنبؤ ، والثورة العلمية والتكنولوجية

ان المشكلة الرئيسية لرسم صورة للمستقبل البعيد المدى ، تتمثل في عدم الكشف عن المضمون الاجتماعي والانساني للثورة العلمية والتكنولوجية(١) ، وهذه العملية يمكن الوقوف عليها اذا تصورناها كعملية تثير ، باستمرار ، مدى واسعا من الصور البديلة المحتملة للحضارة ، وهي الصور التى لا يمكن محاولة التنبؤ المعقد الطويل المدى بالنسبة لها الا تبسيط التطور ، حتى لا ندرس الا التفاعلات التى تجرى بين التغيرات الاجتماعية المأمولة وبين التغيرات التكنولوجية ، وقد وفرت لنا طريقة « دلفى Delphi Method أساسا طبيعيا للغة مشتركة فى التنبؤ الاجتماعى والتكنولوجى . ان التنبؤ يعنى ، أولا ، بالمجالات التى يتناولها مايسمى « بالتكنولوجيا الاجتماعية » ، ونقصد بها : « الآلية ذاتية الحركة » ، و « علم المواصلات البعيدة » ، و « التحضر » . . . الخ . وقد يبدو أن أصعب العوامل فى تحديد تنبؤ شامل بأية طريقة علمية حقا هى الاحتمالات الخاصة بطرق الحياة ، وبالتغيرات التى تطرأ على موقف الانسان ، وعلى التوجيه الانسانى لسير الحضارة .

ولا محل للخلاف حول أن محاولات التنبؤ العلمى أو التمييز بين بدائل محتملة فى تطوير المجتمع ككل ، وفى قطاعات فردية

---

(١) المرجع — رادوفان — ريختا أوتابسولك

من قطاعات الحياة الانسانية ، قد أصبحت بصورة متزايدة ، ظاهرة يتميز بها عصرنا الحاضر ، أما أسباب ذلك فتغوص فى هيكل العالم الحديث وحيويته الديناميكية • وتنبثق هـذه الظاهرة من مدى وسرعة التغيرات التى نراها ماثلة أمامنا •

ومن ناحية أخرى ، فان العمليات ذاتها التى تجعل من الضرورى علينا أن نرسم صورة متوقعة للمستقبل هى التى تجعل التنبؤ الذى يمكن الاطمئنان اليه بالغ الصعوبة ، فالعدد المتزايد من المعالم الدائمة التغير ، والتفاعل المتزايد بين القطاعات المختلفة بسبب تلك التغيرات ، والفوارق التى تتزايد عمقا بين متغيرات التطور المتوقعة ، والشك المتزايد حول مدى الحاجة الى نشـوء العوامل الديناميكية الجديدة والتى ما زالت غيرمعروفة ؛ كل ذلك يجعل التنبؤ العلمى مهمة شديدة التعقيد • ان كثرة عدد المتغيرات المتوقعة لتطور الحضارة ، وهى المتغيرات التى يتميز بها عصرنا الحاضر ، يمكن التعبير عنها تعبيرا محددا بالعلاقة التبادلية التالية : كلما ألحت الحاجة الى تنبؤ شامل طويل المدى لتطور الجنس البشرى ، زادت الصعوبة على العلم للوصول الى هذا التنبؤ •

لكن حتى هذه العلاقة لا تمثل الصحة كلها ، ذلك أنه بمجرد أن تصل القوة التى يخلقها الانسان الى نقطة تؤدى نتائجها المختلفة الى تدمير كلى لذات الانسان ــ فرضا على الأقل ــ (وكذلك لمنجزاته التى يخططها بوعيه) يضيق مدى الاحتمالات فى الواقع ، وبذلك تصبح الفوارق فى الطرق والوسائل بالنسبة للنتيجة فوارق لا قيمة لها ، وهذا الاتجاه الثانى ــ وهو يقلل من مدى المتغيرات ــ يساعد فى التركيز على جهود التنبؤ ، لكنه لا يقضى على الصعوبات التى يفرضها الاتجاه الأول ، بل على العكس يزيدها من ناحية معينة •

ان الاتجاهات المزعجة نحو التشتت الكامن فى تطور الحضارة الحالى ، وكذلك قيودها المثيرة للقلق ، تفرض علينا نتيجة واضحة هى أن التنبؤ بالمستقبل لا يمكن أن يكون دقيقا وفعالا الا اذا كان معقدا أى الا اذا شمل كل قطاعات الحياة الانسانية ، حتى ما يبدو منها غير حيوى فى الوقت الحاضر ، اذ أن الحركة فى أى مكان تحدث فى أبعاد كثيرة وتؤدى الى ثورات قوية بين القطاعات الساكنة وبين مناطق التغير ٠

المداخل النظرية والعملية « الذرائعية »(١) على علم استطلاع المستقبل :

ان أول مستلزمات التنبؤ الدقيق هى الحاجة الى استيعاب شامل للأهداف الاجتماعية وللتطور التكنولوجى المتوقع ، فالتنبؤ بالتغيرات الاجتماعية والفنية والتفاعل المتبادل فيما بينها يشكل مشكلة منهجية هى كيف نبنى نموذجا لعالم المستقبل فى مجالات « التكنولوجيا الاجتماعية » ــ أى مجالات « الآلية ذاتية الحركة » ، ونقل الأشخاص ، ونظم أجهزة الاعلام والاسكان ، الى غير ذلك ٠

ان الجهود المعاصرة لخلق نماذج معقدة لعمليات ثقافة المستقبل تعترض طريق مشكلات التطابق والقياس الكمى ، كما أن التفاعل بين العوامل المختلفة التى يتضمنها التطور بخلق احتمالات مختلفة يجب اتخاذ قرارات بشأنها اليوم ، وبذلك نضع الأساس لبدائل من صور المستقبل تنبثق من تلك القرارات ٠ والى أن نبنى نموذج تقليد شامل لهذا التفاعل ، لا نستطيع أن نعتمد الا على المهارة المنهجية عند الأفراد الذين يستطيعون استنباط قواعد عامة من

---

(١) Pragmatic

المعلومات التي تحصل عليها مختلف فروع المعرفة وطرق تصنيف التفاعلات ، والتي تعطي فكرة عامة عن السير المتوقع للتطور ، والتي تعطي قدرا من التفسير المصبوغ بالصبغة الانسانية • على أنه مهما يكن من عظمة قدرة الانسـان على التفكير المجرد ، فان قيودها تجعل من المستحيل على عقل الفرد أن يتناول في وقت واحد معا عددا كبيرا من عوامل التطور التي يؤثر أحدها في الآخر ، ويتغير بسرعة فائقة • من أجل ذلك تنظم حلقات دراسة وفرق متعددة التخصصات العلمية في محاولة لمناقشة خلاقة لربط مجموعة من المواد كان تحليل مقومات كل منها مستقلا على يد الاخصائيين ، وذلك لتكوين نظرة عامة هي « فلسفة » مشكلة ما ، وذلك لا يمكن بطبيعة الحال أن يحل محل المعرفة المكتسبة في عقل واحد أو قدرة هذا العقل على التعميم ، أي وضع قواعد عامة • فكثرة عدد النظرات أو الآراء الجزئية كثرة مفرطة ، وقوة شخصيات بعض الأخصائيين، تعوق عادة تطابق النتائج الحاسمة بين مختلف العلوم ، وهي النتائج التي يشكل التفاعل فيما بينها وسيلتنا الوحيدة لتصور الأشكال الممكنة للمستقبل في جملته ، لهذا يوصي بعض علماء استطلاع المسـتقبل من أمثال « ب• د• جوفينيل » B. D. Jouvenel بوضع وسائل لتدريب الأشخاص متعددي الكفاءات الذين تربط عقولهم الخيال والبديهة بكفاءات الاخصائي ، فاذا ما أمكن وضع افتراض عام أساسي سهل على التحليل والتركيب المشترك بين جماعات العلماء ذوي التخصصات المختلفـة أن يتجاوز ما ينجزه عقل عالم مفرد متعدد الكفاءات •

أما من الناحية التطبيقية ، فان بحوث المستقبل تعني العناية الواجبة بالتركيب والتنسيق اللذين بغيرهما تستحيل السيطرة على المشكلات الاجتماعية الكبرى بمداها الواسـع من النتائج ، لكن الحاجة الى الثقة والى الدقة المعقولة في التنبؤ جعلت الجهود تتركز

أولا على التطور التكنولوجي ، كما دعت النتـائج الفعلية لهـذه المحاولات العملية التي مرت بطرق ظلت تتحسن كثيرا طوال الخمسة عشر عاما الأخيرة ، الى نشر مقدار كبير من المقالات المتخصصة ، وأصـبح التنبـؤ التكنولوجي محل الاهتمام الأول عنـد العلماء الطبيعيين ، وعولجت الاتجاهات البارزة فى التكنولوجيا كالآلية ذاتية الحركة، واستخدام الموتورات (المحركات) بمعزل عن آثارها الانسانية التى أغفلت اغفالا تاما • وهذا الاهتمام فى التنبؤ الطويل المدى بالتقدم الفنى ، نتيجة استمرار هذا التقدم وقوته ، هو فى الواقع اهتمام طبيعى ، فمادام المدخل العلمى قد اعتبر مرادفا لاحتمال وضع القوانين والعلاقات الكمية وأسباب التطابق ، فان التنبؤ فى العلوم الاجتماعية ظل أقل الفروع العلمية استقرارا وأقلها ثقة من بين فروع التنبؤ المعقد ، ومن التناقض أن ذلك كان معناه ألا يؤخذ فى التنبؤ التكنولوجي الا بقدر قليل من النتائج السيكولوجية والاجتماعية ، أو بعبارة أخرى كلما كان التنبؤ محدودا وجزئيا اعتبر محل ثقة فيه كأساس للقرارات العملية •

على أن هذا المدخل الى التنبؤ ، وان يكن ممكنا وله ما يبرره الى حد ما بالنسبة لحركة محدودة ذات بعد واحد ، كان لا بد له أن يفشل بمجرد أن تصبح ديناميكية عمليات الحضارة متعددة الأبعاد ، شاملة العالم كله ، نافذة الى أعماق قلب الحياة الانسانية والعلاقات الاجتماعية •

فنحن حين نقرأ دراسات المستقبل التى أجريت ، نرى أن علماء التنبؤ الاجتماعى قد أدركوا حقيقة أنهم لكى ينجحوا يجب عليهم ألا يركزوا على التنبؤ التكنولوجي بمعناه الضيق المتخصص فحسب ، بل يجب عليهم أيضا أن يحاولوا التوصل الى نظرة شاملة للمستقبل بالاستعانة بجهاز نظرى يأخذ فى حسابه الصراع بين الانسان وبين

التكنولوجيا . هذا الى أن المحاولات الأولى لتقديم صورة معقدة شاملة لعالم المستقبل عانت حتما من المبالغة فى التبسيط ، ومن القدرة المحدودة على الوصف . على أن هذه النماذج التجريبية للمستقبل ، وكذلك الدراسات التى يجريها علماء التنبؤ بالتكنولوجيا ، تجد تقديرا ساميا بفضل مزاياها فى التوجيه وبفضل الآراء ، التى توحى بها ، ولأنها تيسر رسم خرائط للنتائج الاجتماعية التى تترتب على المستحدثات الفنية .

ويمكن القول ، بصورة عامة ، بأننا عند بحث مختلف أنواع دراسات استطلاع المستقبل نجد أن المداخل العملية والنظرية تماثل التمييز بين علم المستقبل الأمريكى والأوروبى ، وأن المدخل التكنولوجى الأمريكى رغم قلة تمسكه بمفاهيم معينة ، قد حقق نجاحات كبيرة ، وأثبت صلاحيته للتطبيق فى التخطيط الطويل المدى . أما الدراسات الأوروبية فقد أظهرت مزايا المدخل النظرى الفلسفى كلما تطلب علاج المسائل التى تؤثر على المستقبل درجة عالية من التجريد .

مواجهة مختلف صور المستقبل :

اذن ، كيف نجتاز الثغرة بين المدخلين ، وكلاهما له ما يبرره فى المرحلة الحالية من التطور ــ خصوصا أنه يجب أن نأخذ فى حسابنا الفوارق التاريخية فى تطور الثقافات الفردية ؟ . وما نوع همزة الوصل التى يجب أن تكون بين علماء التنبؤ التكنولوجى والاجتماعى ؟

من الواضح أنه لا بد أولا من أن نعرف الكثير عن طبيعة العمليات الاجتماعية التى يعنى بها علماء التنبؤ ، والتى تكون

فيها ، أو يمكن أن تكون فيها ، دراساتهم مطبقة تطبيقا نافعا ٠ من المعلوم أن التنبؤ فى هذا المجال غير ممكن الآن الا فى صورة نماذج اجمالية شاملة تتطلب تطابق العملية المحددة مع الاتجاه المعاصر بالنسبة لأساس الحضارة ، ومع تعريف الفوارق بين هذا الاتجاه وبين المراحل السابقة من التطور ؛ لهذا فان تجاربنا النظرية فى التنبؤ الطويل المدى ، كانت من أول أمرها موجهة نحو الوصول الى افتراض شامل ، وحرصت على استيعاب الملامح الأساسية فى التغيرات الحالية فى الفكرة التى وراء الثورة العلمية والتكنولوجية الأولية ، ونحن نعنى بذلك : العملية العريضة للحضارة ، فى متابعتها لمنطقها الذاتى تمييزا لها عن عملية التصنيع المنبثقة عنها ، والتى تضع أساسا جديدا للحضارة يختلف عن الأساس الصناعى الكلاسيكى الذى استقرت عليه حياة معظم الدول المتقدمة الأوربية ، وما زالت ترتكز عليه الى حد كبير ٠

ان نقطة البداية النظرية المختارة تتوقف أيضا على تحليل المحاولات الأولى لرسم خريطة لتطور المستقبل ، ثم ان تنوع الصور الذهنية التى أمكن الوصول اليها باستخدام ما يقرب من العشرين طريقة من طرق التنبؤ انما ينشأ فى كل الحالات من تباين تقييمات الحضارة الصناعية وموضع الانسان فيها ٠

فاذا افترضنا أن العامل الحاسم فى المجتمع الصناعى الحاضر الذى نشأ من تجمع رأس المال هو التوسع الثابت فى العلاقات الاجتماعية ، فان على تنبؤنا أن يعنى بمدى الامكانيات المفتوحة فى عملية زيادة تكاثر رأس المال ، ومن ثم يجب الاعتماد أساسا على استقراء سلاسل النواتج القومية الاجمالية والتجمع الرأسمالى ، وهذه هى الطريقة الشائعة فى رسم السيناريو (التصميم) العام لتطورنا الاجتماعى ٠

وهذا مدخل معقول الى حد كبير ، لكن هناك الدليل الواضح على أن العمليات الداخلة فى تطور المجتمع تتجاوز زيادة تكاثر رأس المال ، حتى الاستقراء الموحد للبيانات المالية عن أنتاج رأس المال لايصلح وحده أساسا للتنبؤ • وهذه النظرة تفترض مسبقا أن النظام الصناعى سيظل على توسعه بمعدل متزايد ، ولكن بقدر يقوم على أساس خبرتنا الحالية ، ومن ثم دون اعتبار لاحتمال حدوث تغيرات أساسية فى معاملات رأس المال الناشئة من التقلبات والتغيرات فى موقف الانسان ، لكن ذلك لا يمكن افتراضه لمستقبل محدود بعشر سنوات قادمة أو مثلها •

ثم ان الدراسة العملية لعلم استطلاع المستقبل تتيح أساسا أصلح للتنبؤ فى الظروف التى تتخذ الآن شكلها : فدرجة تطور العلوم والتكنولوجيا تؤخذ كمعلم (مقياس) جديد يحدد تطور الحضارة ، فى المستقبل ، وهناك الكثير من الدراسات العملية السليمة من هذا النوع ، يغطى التطـور على مدى العشرين سـنة القـادمة (وهى الفترة التى يجرى فيها تطبيق الكشوف العلمية) وعلى الرغم من العيوب الواضحة فى هذه الدراسات الجديدة فان النتائج التى يحصل عليها الآن بهذه الطريقة تقترب بصورة أوثق من مجرى الأحداث الحقيقى ، لكن مدى الصور الممكنة للمستقبل ، والتى يحصل عليها بهذه الطريقة مدى واسع ، واسـع جدا ، وعرضة بقدر كبير الى تأثير معالم لم تعرف بعد ، بحيث أن الصورة الشاملة للمستقبل البعيد تختفى فى عالم من الغموض نتيجة لعدم ثقتنا فى الأثر الذى تخلفه الظروف المادية والاجتماعية فى قدرة الانسان الخلاقة ، وفى مدى أهمية الاستكشافات والمستحدثات التى يمكن توقعها •

وواضح أنه ليس من غير المعقول أن نستنبط تطور الحضارة في المستقبل من التغيرات الاجتماعية ومن العمليات التى تبـدأ بثورة سياسية وتنتهى بمحاولة لبناء علاقات انسانية وحياة انسانية على خطوط اشتراكية . فالصراعات الداخلية بين نظامين اجتماعيين تعتبر عادة بصورة ما أو بأخرى من المعلومات الأساسية التى يعمل علماء استطلاع المستقبل على أسـاسها . لكن ما دامت التنبؤات لا تتصل بالقوانين الأساسية للتطور الاجتماعى المعاصر ، وعلى درجة عالية من التجريد ، ومادامت الاتجاهات الاجتماعية والسياسية تلقى التقدير دون اعتبار لأساس المجتمع الذى تتطور فيه والذى يفترض أن هذه الاتجاهات تستمد من هذا الأساس وتغيراته ، معناها التاريخى الحقيقى ، فان صورة المسـتقبل لا بد يغشـيها التخمين الذاتى والتفكير المتمنى ، أو يقتصر على التوقف عند مجرد الاعتراف باحتمال المصادمات وما يصحبها من ظلام الدمار العام المخيم على المستقبل .

ولقد كانت التنبؤات الخاصة بالتطورات العالمية فى السنوات القليلة الماضية تعنى ، من جوانب مختلفة ، بمواجهة الحضارات المختلفة الموجودة على الأرض ، وبخاصة بالصراعات المتأججة بين بعض الدول المتقدمة فى الصناعة وبين العالم الثالث ، أى الدول النامية ككل ، وهـذا أمر لا بد منه ، لأن الاسـتقرار الصحيح لاتجاهات اليوم يؤدى الى نتائج مدمرة حتى فى حياة عمر جيل واحد ، لكننا ، حتى بسبب ذلك ، لا نستطيع أن نتنبأ بالمستقبل المتوقع دون أن نفهم المنطق الداخلى (الذاتى) لمجموعتين من العوامل الاجتماعية ، فى الدول المتقدمة وفى العالم الثالث . وهذا النوع من التحليل يمكن أن يساعدنا على فهم مختلف الصور المتوقعة للتفاعل بين العالمين ، بل وحتى التعديل الأسـاسى لخط سير كل منهما ، على حين أننا لو أخذنا الطريق المضاد لضاعت النظرة الى

المستقبل فى متاهة لا مخرج منها من الاتجاهات الداخلية والآثار الناجمة عنها فى الخارج ·

ان الخبرة المكتسبة فى التنبؤ ترفض ، بالتدريج ، أى مدخل لا يأخذ فى تقديره كافة العوامل الضالعة فى تطوير الحضـارة المعاصرة ، لكن اتساع النظرة ليس مرادفا لعمقها ، فتجميع المواد لا يزودنا ، فى العادة ، بفهم عام للعلاقات المتبادلة بينها ، ولا ببناء وديناميكية المقومات المختلفة ولا بالتفاعل بين العوامل الذاتيـة والعوامل الموضوعية فى العمليات المعـاصرة ـ وهذه هى الحاجة الحقيقية المطلوبة للتنبؤ العلمى على مستوى العالم · على أننا لن نستطيع أن نقوم بهذا التنبؤ دون الاستعانة باعتبارات جزئية أو باعتبارات غير مترابطة أحيانا ·

ان النماذج الأولية البسيطة غير المقدرة كميا مشجعة أيضا ، ذلك أنها تحاول أن تفهم هذه المضامين الداخلية ، أما قصور هذه النماذج فهو يتمثل فى أنها تحاول أن تغرينا على الربط بين كل الظواهر السطحية التى نشاهدها ، دون تحليلها أولا ، فى صورة عامة لاتجاه عالمى مفرد ، تظهر فيه عناصر العمليات الاجتماعية المختلفة فيما بعد مختلطة اختلاطا عشوائيا · ولما كانت الحركات المتعارضة تلغى بعضها بعضا ، أو تحل احداها محل الأخرى بصورة سطحية ، فان احتمال قيام تآلف حقيقى منهما ، يضيع ، وتتوقف صورة التطور المستقبل عن أن تتبلور أو أن يكون لها معنى · وفى الظروف الحاضرة نجد عجزا كبيرا عن المضى فى تحليل الفصل بين العمليتين التاريخيتين الأساسيتين المتشابكتين ، وان كانتا تختلفان فى منطقهما الداخلى ولهما مضامين انسانية واجتماعية مختلفة : عملية التصنيع التى سيطرت على تاريخ الدول المتقدمة طوال المائة سنة الماضية ، وعملية الثورة العلمية والتكنولوجية التى بدأت تحدد منطق تلك الدول ذاتها، وتصل الى قلب حركات تحضر المستقبل أن

الافتراض الأول حول طبيعة القوانين الداخلية للثورة العلمية والتكنولوجية ، كقوة اجتماعية فذة ، يبرز الآن ، كنقطة بداية وكمحور يدور حوله التنبؤ العلمي • وفى الوقت ذاته ، قد نعترف ، بل يجب أن نعترف ، بأن التنبؤ العلمي وسيلة أساسية لتفهم الثورة العلمية والتكنولوجية ، وأنه من ثم ظاهرة خاصة من ظواهر العلوم الاجتماعية فى عصرنا •

مكان الانسان فى التنبؤ بالمستقبل :

من رأينا أن الثورة العلمية والتكنولوجية ـ على خلاف الثورات الزراعية والصناعية فى الماضى ـ هى عملية فى تاريخ المجتمع لا تقتصر على مجرد تغييرات فى وسائل أو عمليات معينة فى الصناعة التحويلية ، بل انها تغير شامل ودائم فى كل القوى الانتاجية فى المجتمع الذى لا تدخل فيه القدرة الانتاجية للعمال الأفراد فى عملية الانتاج المباشر (انتاج السلع) بعد أن حلت محلها العلوم التطبيقية ، وهكذا ندخل فى تقديرنا للمستقبل ، البعد ذاته الذى يشكل عقبة كأداء فى أى تحليل آخر • فالتنبؤ لا يأخذ فى حسابه عادة بالقدر الكافى أهم العوامل بل وأكثرنا حاجة اليه ـ ونحن نعنى بهذا العامل تلك المعالم والصور الذهنيــة الخاصة بوضع الانسان ، وبالتغيرات فى صورة الحياة الانسانية ومتطلباتها • اننا نرى حضارة اليوم كجهاز ضخم يدعم ذاته، ويتحرك بقوته الدافعة، لكننا نرى أيضا أن الناس بدأوا الآن يدركون أن هذا الوضـع يجب أن يتغير ، فى بعض نقطه على الأقل وبدرجة ما ، وأن هذا التغير ينطبق مع اعادة تقييم قيم الانسان ومع التغيرات فى طريقة حياته ، وما الى غير ذلك • ويمكن أن نرى هذا الشعور الموزع فى مختلف مدارس الفـكر اليوم : فنجد مثـلا أن المؤرخ الأمريكى للتكنولوجيا « ل• مامفورد » L. Mumford والخبير السوفييتى فى

أجهزة التحكم المركزى «ف· ترابيز نيكوف Trapeznikov» والاقتصادى الفرنسى « ج· فوراستييه » J. Fourastié نجدهم جميعا يعربون بصورة متماثلة عن مخاوفهم فيما يتعلق بالتباين بين « عصر التكنولوجيا » و « عصر الانسان » ، ويعتبرون الانطلاق نحو صياغة جديدة لمشكلات الانسان ، مرتبطا بالثورة العلمية والتكنولوجية · كذلك نجد الرأى ذاته فى المناقشات الفلسفية عند « م· هايدجر » M. Heidegger الذى لا يهتم على الاطلاق « بتحليل المواقف » ولا بالتصوير التاريخى التكنولوجى للأحداث فى عصرنا ، ولا يتعقب المستقبل لرسم صورة له عن طريق الحساب والتدبير ·

ان دراسة « العامل الانسانى » أصبح مطلبا أساسيا للتنبؤ الأصيل · وسواء فى النظرية أو فى التطبيق ، هناك طلب متزايد على ميزان القيم ، والتنبؤ بتغيرات المستقبل لتحليلها من ناحية الحياة الانسانية · هذا الى أن الاجابات المعتادة على هذا التساؤل ـ حين تستنبط لا من الصورة المعقدة للعمليات الأساسية النافذة داخل الحضارة المعاصرة والنظم الاجتماعية ، بل من مشاهدة الآثار الخارجية ـ تؤكد التوجيه الانسانى ، بل وتعهد اليها بوظيفة تتناول مشكلة التنبؤ بالتغيرات ، وهكذا تجعلها جزءا من عملية تطور الحضارة · لكن مثل هذا التنبؤ يقوم على أساس غير سليم ، وهو عرضة جدا لأن يكون ذاتيا حتى مع أخلص النيات ، وهذا أيضا يعلل الحقيقة المتمثلة فى أن علم استطلاع المستقبل يتقلب ويتأرجح غالبا بين محاولة أيديولوجية محددة من الخارج تبحث عن نموذج انسانى للمستقبل ، وبين التنبؤ العلمى الدقيق للاتجاهات التكنولوجية والاقتصادية · والواقع أن هذه المعضلة يصحبها فى الوقت الحاضر محاولات للتنبؤ لا تقوم على أساس استيعاب معقد للعمليات الاجتماعية المعاصرة ، بل تقوم على تقريبات مستمدة من

اتجاهات سطحية منقولة بطريقة غير مباشرة ، ومتشابكة فى الغالب تشابكا معقدا ٠

ان الفلسفة الانسانية للتنبؤ المعاصر لا يمكن أن تكون سطحية ولا تحكمية ، كما أن النقطة الحاسمة فى الموضوع هى : ما مكان الانسان فى صنع حياته ؟ وكيف سيتغير هذا الوضع فى المستقبل ؟ ٠ ان الظاهرة المحددة للثورة العلمية والتكنولوجية انما تتركز ، فى الحقيقة ، فى هذا التغيير فى عملية الحضارة ، ففى النظام الصناعى الكلاسيكى عند المجتمع البورجوازى وفى التصنيع الذى جاء به الى الوجود ، لم تلعب المعالم الخاصة بالانسان وتنمية قدراته دورا مستقلا ولا حاسما ، بل كانت تمثل عوامل ثانوية محدودة يسير تنمية المجتمع ٠ وكان جهاز الانتاج يعتمد أساسا على استخدام أى بشر ، مجرد وحدات فى قوة العمــل ، وهبطت أهمية « العــامل الانسانى » ، فى الواقع ، بنسبة استخدام الآلات والمعدات ٠ وحتى يومنا هذا ما يزال هذا الحال قائما ٠ على أن التحليل الدقيق لتطورات المجتمع فى الوقت الحاضر ، وبخاصة الثورة العلمية التكنولوجية التى تجلب معا تغيرات اجتماعية عميقة ، يبين أن تنمية الانسان وقدراته كما تنعكس فى تقدم العــلوم والتكنولوجيا والتدريب والمبادرة الخلاقة بمختلف أنواعها ، فى طريقها لأن تصبح عاملا هاما ، بل عاملا حاسما للتنبؤ الطويل المدى ٠ ففى مرحلة معينة من مراحل التطور قد تصبح تنمية قدرات الانسان أهم عامل من عوامل تجديد القوى الانتاجية ، وبذلك تصبح المعلم (المقياس) الحاسم فى التنمية الاجتماعية بصفة عامة ٠ وفى هــذه الظروف — وهذه الظروف وحدها — يمكن ، بل يجب أن يقوم التنبؤ على أساس سجل التغيرات فى وضع الانسان ، وفى التنبؤ بتنمية قدراته ، وفى حاجاته الحيوية وحوافزه ، وفى طريقة حياته ، وفى مجموعة علاقاته وقيمه ٠

حول مشكلات الثغرة المنهجية

بين التنبؤ الاجتماعي والتكنولوجي

ذكرنا أن مدخلا معقدا الى المستقبل تمليه علينا تلك السرعة المتزايدة التي يجب علينا أن نواجه بهـا تلك الآلاف الكثيرة من التغيرات الفردية ونرد عليها • لكننا لا نستطيع في الوقت الحاضر أن نفهم عالم المستقبل المعقد كله دفعة واحدة ، بل يجب علينا أولا أن نقوم ببعض التنظيم المنهجي وبذل جهـد لاستيعاب الطبيعـة الأولية للعمليات الاجتماعية المعاصرة ، مع النظر اليها على أنها كل متماسك • وتتطلب هذه العملية كذلك سلسلة طويلة من التنبؤات العملية المتخصصة ، كما أنها تقتضي أيضا ربط الدراسات النظرية بالنتائج التي يحصل عليها عمليا بوساطة نماذج تختبر اختبارا كافيا ، ذلك أنه بتكامل المداخل الجديدة فقط ، يمكن القول بأننا نستطيع أخيرا أن نختبر كل الجهود الممكنة لبناء نموذج شـامل للمستقبل •

ولقد ذكرنا أيضا أن درجة الثقة والتسليم بصـدق النتائج والأهمية في التنبؤ تختلف بين مجال ومجال بالنسبة للتكنولوجيا وللمجتمع • ولكي نتخطى هذه الثغرة المنهجية ، وضعنا مصفوفة من بعـدين تشير عن طريق الأرقام (من صفر الى ٣) الى مدى ما يمكن من وقف أو تعجيل المستحدثات الفنية بوساطة المستحدثات الاجتماعية أو العكس • ان التعبير الكمي عن النتائج الاجتماعية والانسانية الناشـئة عن الثورة التكنولوجية والعلميـة ضروري

بالنسبة لأمثل القرارات حول المدى والوسائل التي يجب بها مواءمة التطور الفني مع البناء الاجتماعي القائم ، أو مدى ما يستطيع محاولته للتأثير في البيئة الاجتماعية والتفصيلات الانسانية ، حتى نستخدم التقدم التكنولوجي استخداما أفضل ٠

وكاختبار مبدئي لمدى ما يستطيع نموذج المصفوفة أن يقدمه من مساعدة على الفهم بين المتخصصين في العلوم الاجتماعية والطبيعية ، اخترنا مجالات تكنولوجيا الآلة الحاسبة الالكترونية (الكومبيوتر) والمواصلات البعيدة كمناطق يحتمل أن تنطوي على تصادمات حادة جدا في المستقبل بين المضامين الاجتماعية للمخترعات العلمية التي تؤثر في الاقتصاد ، وبين المقتضيات الانسانية المتصلة بظروف الانسان في عمله وفي معيشته ٠ فالصراع مثلا بين المخترعات المتوقعة في استخدام الأجهزة الالكترونية الادارية في الصناعة وبين المعارضة القائمة على أساس فكري والتي تثيرها النتائج الاجتماعية الضارة من استعمالها (فقدان الاحساس بالثقة وعدم الاستقلال ٠٠ الخ) أمكن حسمه بمحاكاة آثار الاجراءات المضادة التنظيمية والسيكولوجية ، وكان همنا الأول أن نثبت ما اذا كان من الممكن تنسيق وقت ادخال ما يتنبأ به أصلا من مختلف المخترعات المترابطة في التكنولوجيا وفي التنظيم ، كذلك اتبعت هذه الطريقة في قطاع المواصلات البعيدة بالنسبة للصراع بين النتائج الضارة لتطور وسائل الاتصال المفردة والجماعية وبين احتمالات الاختيار من بين أوضاع بديلة لطريقة حياتنا كشرط أساسي للمحافظة على احساس الانسان بحريته الشخصية ٠

وعلى أساس الخبرة التي اكتسبناها من هذه الطريقة ، مضينا الى وضع مشروع أوسع . أسميناه « الانسان والتكنولوجيا » الغرض منه هو اتقان طريقة بناء نموذج محاكاة معقد متكامل

للمخترعات المستقبلة وللاتجاهات المستقبلة فى التكنولوجيا، ونتائجها الاجتماعية والانسانية ، واستطعنا عن طريق المقارنات بين آراء عدة مئات من المتخصصين وغيرهم (وهذه طريقة معدلة « لطريقة دلفى(١) ») حول الالكترونيات وتكنولوجية « الكومبيوتر » ، والآلية ذاتية الحركة ، ونقل الأشخاص ، والتحضر ، والتغذية ، وما الى غير ذلك ، استطعنا عن هذا الطريق أن نضع أساسا للتنبؤ بتوقيت التفاعلات وأسلوبها • أما نتائج التغيرات الحادثة فى هذه المجالات بسبب الثورة العلمية والتكنولوجية فيجرى تحليلها فى ضوء الاحتياجات المادية الأساسية لطريقة الحياة فى المستقبل ، وفى ضوء اختيارات ساكنى المدن ، وفى ضوء التغيرات فى الثقافة والأخلاق ، من أثر الترتيب الطبقى المستقبل للمجتمع ، الخ •

والهدف الأخير من محاولتنا هذه لتخطى الثغرة المنهجية بين التنبؤ الاجتماعى والتكنولوجى ، انما هو وضع نموذج محاكاة يمكن تطبيقه فى كل حالة ، واختباره فى التطبيق بالنسبة للتخطيط الطويل المدى للتغيرات الهامة التى تؤثر على المجتمع وعلى التكنولوجيا على السواء •

المجتمع وتشكيل الامكانيات :

من الواضح أن الحاجة الى معرفة المستقبل ليست فى الوقت الحاضر ـ كما لا يحتمل أن تكون فى المستقبل ـ شيئا خارجيا ولا غريبا ولا تأملا مطلقا ، وليست ظاهرة ثقافية بحتة لا تتناسب مع تطور الحضارة ، بل هى على العكس ، عميقة الجذور فى طبيعة العمليات الاجتماعية المعاصرة ذاتها وتنبثق من قوانينها المحددة ،

---

(١) Delphi Method.

ومن ذات ملامحها الجديدة ، فعلى حين كان ممكنا اعتبار الحضارة كعملية تطور عفوية — كما كانت الحال فى النظم الصناعية الكلاسيكية — لم يكن ممكنا اعتبار التنبؤ عنصرا محددا مكملا لهذا التطور ، بل اعتبر ترفا سطحيا أو حتى وسيلة لتفادى المشكلات المعاصرة ، ذلك أن ظروف تطوره الى مادة علمية لم تكن قائمة بعد ٠

على أن الأمور تختلف حين يكون لنشاط الانسان وتنمية قدراته مكانها كعوامل مستقلة في أساس التقدم الاجتماعي ذاته . ففي هذه الظروف يكون التأمل الواعي للمستقبل جزءا عاما من التطور المعاصر ، يؤدى عدم وجوده الى أن نفقد احتمالات تعجيل هذا التطور ٠ وفضلا عن ذلك ، فان التفكير فى المستقبل ، فى هذه الحالة ، لا يعمى الانسان عن رؤية حدود تحقيقه لذاته بل على العكس يشكل جزءا أساسيا من حياة كل فرد ، ومن التغيرات فى وضع الانسان في المجتمع ، ومن جهاز الحضارة ، ويصبح مطلبا من مطالب تقدم الانسان وطريقة من الطرق التى يستطيع بها أن يحقق امكانياته ٠ وعند هذه المرحلة يمكن للجهد البشرى أن يتجاوز مجرد استغلال الفرص العارضة التى تنشأ من ضرورات التطور التاريخى ليوجه تدريجيا وبنظام ثابت ، الى الكشف من أجل المستقبل — باعتباره بعدا من أبعاد انجازاته الذاتية — عن الامكانيات الغامضة التى يخلقها التطور البشرى ٠

أما النماذج المغلقة كالنوع الذى يستخدم فى تحليل الحضارة الصناعية ، فليست في ذاتها كافية لاتاحة فهم هذه المسالك الجديدة التى يسلكها التطور الاجتماعى ، فالثورة العلمية والتكنولوجية انما هى عملية من العمليات الاجتماعية المعترف بمنطقها ، بل ويجب الاعتراف به ليس فحسب حين تصل الى شكل كلاسيكى كامل

النمو - كما كانت الحال بالنسبة للدراسات النظرية التى أجريت فى القرن التاسع عشر على الثورة الصناعية - بل فى مرحلة باكرة فى أثناء نموها ، اذ أن تقدير اتجاهاتها واحتمالاتها المستقبلة هو فى الواقع عامل حاسم فى تقدمها • أما الشكل الكلاسيكى الكامل النمو للنموذج المغلق فهو غير كاف ، لأن العملية لا تمضى داخل أبعاد موضوعه من قبل ، بل تفتح بعدا جديدا عند كل مرحلة من مراحل سيرها

ونظرا للمدى الواسع من الامكانيات - والذى يتسع باستمرار - المفتوحة أمام الاختيار ، فان من الضرورى أن يصبح البحث عن هذه الامكانيات ظاهرة مستمرة تنتشر فى المجتمع كله ، وتربط بين ثلاثة مقومات هى العنصر العلمى والتكنولوجى ، وعنصر الحكم (السياسى) ، وعنصر الرأى العام الديمقراطى • وهناك من الأسباب القوية ما يدعو الى الاعتقاد بأن التنشئة الاجتماعية هى العملية الخاصة التى تخلق أو تطلق الظروف الملائمة للتفاعل الديناميكى بين هذه المقومات ، ومن ثم يسير الكشف عن المستقبل وصياغته عفويا وباستمرار فى المراحل الثلاث التالية :

١ - المرحلة العلمية : التعريف بالصور البديلة الممكنة للمستقبل ونتائج تطور الحضارة • وتشكيل المستقبل هنا يكون متحررا من التعصب والحلول المنحازة ويعتمد أساسا على تيسير الظروف والامكانيات لتنمية القوى البشرية •

٢ - على أساس البيانات التى ذكرناها فى المرحلة (١) ، توضع خطط لكل مستويات اتخاذ القرارات ، وتمهد الطريق لاستخدام المخترعات المنبثقة من الثورة العلمية والتكنولوجية ، مع الاشارة الخاصة الى طريقة الحياة ، والظروف المثلى للعمل

ولمستويات المعيشة ، والتمييز بين التقدم المادى والتقدم الثقافي ، الخ ٠

٣ ـ باستخدام البيانات المذكورة في المرحلة (١) وعلى أساس القرارات التى تتخذ في المرحلة (٢) ، يحدد الرأى العام الديمقراطى الاختيارات أو الأفضليات ، والأهداف والاجراءات الاجتماعية ، وهذا يساعد على المقارنة بين آراء الخبراء وهيئات اتخاذ القرارات والتوحيد فيما بينها ، مع الأخذ في الاعتبار المجال الموضوعي لتنمية الملكات الخلاقة في الانسان في أى مجتمع من المجتمعات ٠

ومن الواضح أنه فى مجتمع اليوم ، لا يمكن لهذا التفاعل المتعدد الجوانب أن يحدث دون صراع واحتكاك وتسويف ، بل ان ذلك التفاعل انما يحدث مقابل ضغط من جانب أو آخر ، وبخاصة من جانب أصحاب المصالح المكتسبة ، وهذا بطبيعة الحال قد يشوه كل عملية البحث عن الامكانيات أو حتى وقفها عند مرحلة من المراحل ٠

ان الغرض من هذا المقال لم يكن اعطاء تعليمات جازمة نحو تنظيم أعمال التنبؤ ، بل هو ابراز الظروف التى قد تصبح فيها بحوث المستقبل عاملا فعالا فى الجهود التى تبذل للسيطرة على تنمية المجتمع وتطوره ٠ ويجب أن تتضمن هذه الظروف ـ بالاضافة الى وضع نموذج علمى عالمى للصور المحتملة للمستقبل ـ اختيارا مخططا للمتغيرات المثلى ، ثم مشاركة ديمقراطية عالمية فى تشكيل الامكانيات المأمولة ٠

« مترجمة عن التشيكية »

البحث الرابع

علم استطلاع المستقبل °

ودراسة المأمول

ان موضوع « علم استطلاع المستقبل(١) » هو استقراء حالة العالم الحاضرة فى المستقبل ـ ونعنى بذلك ما تؤول اليه ، تمييزا لما لا بد منه اليوم عما يمكن السيطرة عليه غدا • ويجب أن يؤخذ المصطلح بمعناه العام ، فهو يشمل نتائج الدراسة كما يشمل الطرق التى تصل بها الى هذه النتائج • ولعل المجال الذى حظى هنا بالاهتمام هو التنبؤ التكنولوجى فكم من وسائل اخترعت ، واختبرت وحللت ، ثم طبقت على مشكلات كثيرة (كالنقل والاتصال وغير ذلك) • ومن الانصاف القول بأنه منذ بدأت البرامج المنهجية فى الدراسة ، تحقق فى هذا المجال نجاح مرموق •

ولفظ « المأمول » (دراسة المتوقع أو التخطيط المسبق) هو لفظ فرنسى صاغه الفيلسوف « جاستون بيرجر » ـ Gaston Berger ـ وهو يعنى موقفا ـ هو اتخاذ القرارات الحالية لا كنتيجة لوضع قائم فحسب ، أو لمواجهة حاجات حاضرة فحسب ، بل لمواجهة نتائج طويلة المدى ، ولعل هذا أهم ، فينظر الى المستقبل على أنه الوقت الذى يجب أن ينجز فيه أشياء معينة على عكس الماضى ـ الوقت

---

(١) المرجع بيير بيجانيول •

الذى أنجزت فيه أشياء بالفعل ، وأن هذا المستقبل انمـا ينشأ نتيجة لكل القرارات التى تتخذ اليوم ، وأن هذه القرارات لا يمكن الوصول اليها بصورة صحيحة الا فى ضوء فكرة المرء عن المستقبل، بشرط أن يكون معلوما أن جزءا على الأقل من هذا المستقبل خاضع لسيطرتنا عليه ، وليس مفروضا كله علينا ، وقد انتشر استعمال اللفظ ، وأصبح يطبق على أية فكرة عن المستقبل من حيث علاقتها بالاتجاهات أو القرارات المرتبطة بالحاضر ٠

وعبارة « علم استطلاع المستقبل » هى تسمية أعم من « دراسة المأمول أو المتوقع » لأن هذه الدراسة تتطلب فى الغـالب نظرة فلسفية الى الغد ٠

معرفة دائمة التطور :

نشأ علم استطلاع المستقبل ودراسـة المأمول من ادراك أن تغيرات قد طرأت منذ بداية القرن نتيجة للتقدم الفنى الذى كان ، فى حد ذاته ، وثيق الصلة بتطور العلوم ، وكان أول ما وضح من هذا الادراك هو الحاجة الى التنبؤ ، بأقصى ما يمكن من الدقة ، بما سيظهر من معرفة جديدة تؤدى الى تكنولوجية جديدة ، وبموعد هذا الظهور ٠ ولقـد كانت هذه الأفكار تراود النـاس بدرجات متباينة من الجدية ، ومن زمن طويل ، فى صورة الأدب ــ القصص العلمى ــ أو فى صورة علمية أدق فى لجان الحكماء ، وان لم ترتفع هذه اللجان الى المستوى المنشود ، لمجرد أن المشكلة التى تقتضى الحل تتميز بتعقيد شديد ، على أن القصص العلمى لا يحتوى بصفة عامة على غذاء حقيقى للفكر باستثناء ما كان منه يتضمن وقائع علمية تجرى دراستها لاثباتها ، وتروى أنباءها دون تناقض مع أى شىء استقر عليـه العلم ، ثم يبقى بعـد ذلك مجال للتخيل

والتصور • ومن الأمثلة البارزة لأولئك الكتـاب الذين يكتبون هذا الطراز من القصص ، ذلك العـالم والفلكى « فريد هويل » — Fred Hoyle — •

وتحاول لجان الحكماء أن تتنبأ بالكشوف المستقبلة على أساس معرفتهم بالعلوم ، ومن قائمة بمشروعات البحوث يجرى العمل فيهـا ، وهى على العموم ، تمارس الوظيفة ذاتها التى يمارسهـا المسئولون عن رسم برامج البحوث ، لكنها تختلف عنها فى أنهـا تحاول تحديد الطريقة التي ستطبق بهـا تلك المعرفة الجديدة ، والغرض الذى تطبق من أجله ، وتتنبأ الى حد ما بالمنافع والمزايا التي يستخلصها الجنس البشرى منها في المستقبل • كما أن هذه اللجان تحذر البشر أحيانا من الأخطار الكامنة فى بعض المستحدثات الفنية وتحاول أن ترسم القواعد والخطوات التي يجب اتباعهـا تجنبا لهذه الأخطار •

فالمشكلة ، اذن ، هى مشكلة كيف نعرف عن طبيعة تركيب تطور العلوم ما يكفي لأن نتنبأ بسيره وتقدمه ، على أن ما يؤسف له هو أن تاريخ العلوم لا يدرس فى العادة بقصد تدريب العقول على دراسة الحركية الداخلية للمعرفة العلمية • ومهما يكن من أمر ، فاننا نعرف أن أنماط الفكر المستعملة وحتى النتائج التى يتحقق الوصول اليها في أى موضـوع من الموضـوعات تستغرق بعض الوقت حتى يتسلل الى الى الباحثين في المجالات الأخرى •

ولقـد كان لنا مثـال طيب لما نعنيه ، فى استكشاف جزئى الأكسجين المنشط ، وما له من طول حياة ، وتفاعل نوعى جدا • ونظرا لأن هذا الجزيىء قد اكتشفه أحد علماء التحليل الطيفى فلن يستخدمه علماء الكيمياء العضوية ولا علماء الكيمياء البيولوجية الا بعد سنوات من تحديد الظروف التى تكون فيها ، وهذه قضية

من قضـايا الحواجز اللغوية الفعليـة التي وصفهـا « بريجو » ـ Brygoo ـ أحد خبراء التوثيق بقوله ان الأمر يبـدو وكأن وسائل الاتصال بين العلماء تتزايد فى عددها بينما تتباين موجات طولها على حد تعبير علماء الألكترونيات ، ذلك أن الترجمة ـ أو حل رموز الشـفرة ـ ضرورية عنـدما تصل الرسـالة والا استحال استيعابها وتمثلها ٠

ان هذه الظاهرة جديرة بأن تلقى الاعتبار من جانب علماء المنطق الذين يحاولون أن يرتبوا منهجيا ، بل حتى أن يقلدوا على الآلة ، بعض تراكيب الاستكشاف ، لأن دراسة الفكر المساعد على الكشف يجـرى الوصـول اليهـا من زاوية جـديدة ٠ ويقول « رينيه ليكليرك » René Lecierqu ـ مدير أحد المصانع الانجليزية ان أصول المعرفة ، وان لم تكن كلها ، يمكن التعبير عنها كسلاسل متعاقبة من المفاهيم ترتبط كل منهـا بالأخرى بعلاقات مختلفة الأنواع (ان الكثير من دراسة الرموز هذه ، ما يزال بحاجة الى اثباته) ، فالاستكشاف اذن يتمثل فى وضـع سلاسل جـديدة ، اما بالربط بين ما كان منهـا يحتـوى على مفـاهيم متمـاثلة واما باستقراء أنماط روابط متتالية ٠ وثمة جانب مثمر آخر من جوانب فكر « ليكليرك » هو ادخاله مفهوم « تصديق » مختلف السلاسل ، فاما أن يظل هذا التصديق دون تغيير واما أن يزيد أو ينقص ، تبعا للطريقة التى تعالج بها السلاسل ٠

ان ما سيتحقق قريبا من معرفتنا بمنطوقه العلوم لا بد له من أن يؤثر على احتمـال أن تثبت صحـة تنبؤاتنـا ، لكن « منطق التصديق » هذا قد يعجل من تطور العلوم ، ومن ثم يزيد من أن يقرب من الحاضر ذلك « المستقبل » الذى لسنا على يقين منه ٠ ومن ناحية أخرى ، فان العلوم لا تتقدم فحسب عن طريق الكشوف

الرتيبة التى يجب أن تسهلها لها دراسة المفاهيم المترابطة ، وانما تتقدم كذلك عن طريق اخضاع البناء كله ، أو جزء من أجزائه على الأقل ، للاختبار والفحص • على أن محاكاة هذه العملية قد يثبت أنها بالغة الصعوبة •

هناك اليوم اذن عنصر محير من التشكك فى جوهر علم استطلاع المستقبل ، وقد يستمر هذا العنصر بعض الوقت ، ولن نحاول تناول العلوم الانسانية ــ التى تثير كما سنرى مشكلات أخرى ذات طبيعة خطيرة جدا ــ بل سنقصر تناولنا على العلوم الطبيعية وحدها ؛ فهل يمكن التنبؤ بالطريقة التى سيجرى تطبيقها فى دنيا العمل ؟

تكنولوجية دائمة التطور :

ان المشكلة هنا أوضح : هل نستطيع اذا بدأنا بما هو معروف، أن نتنبأ بما هو ممكن فنيا ؟ قد يكون الأمر كذلك ، فقد طرأ أخيرا تقدم ملحوظ على طرق البحث المنهجى فى ميدان ما هو ممكن ــ وذلك راجع دون شك الى مقتضيات الدفاع وبخاصة فى الولايات المتحدة ، وان يكن من الخطأ أن نقلل من شأن دور الصناعة فى ذلك ، فالتنافس يجبر الصناعة على أن تبحث عن طرق جديدة لاشباع حاجة معينة ، كما يجبرها على أن تستكشف مجالات نشاط جديدة •

وطرق الترقيم المنهجى هى أبسط الطرق وأعمها استعمالا وهى شبيهة بما هو معروف عن تحليل مشكلة النقل : أين يجب أن نسافر : فى الجو ، أم على الأرض أم على الماء ؟ لكن الجواب على حسب هذه القائمة يبدو ناقصا ، ففى الجو يمكن السفر على ارتفاع

متوسط أو على ارتفـاع كبير أو منفصـلا عن الأرض بمجرد « وسادة هواء » رقيقة • والسفر على سطح الماء غير مريح بالدرجة الكافية لكننا نستطيع السفر تحت الماء ، أو قرب السطح ، أو فوق السطح تماما أو تحته تماما فى وقت واحد ، وهكذا •

وهذه الطرق التوافقية تمكن من استكشـاف ذلك المجـال الخصب ، مجال توافيق الحلول المعروفة • وبدلا من جدول القيد المزدوج التقليدى ، تستخدم سلسلة من المصفوفات بهـا فراغات ذات أبعـاد معينـة ويقـوم البـاحث باستشارة الخبراء العلميين ويستكشف كل المنافذ التى تفتحها له فكرته الأصلية ثم يصنفها بحسب مقوماتها ، ويوفق فيما بينها ثانية بكل الطرق الممكنة •

وباسـتخدام هذه الطرق وغيرها نواجـه صعوبات من نوع الصعوبات ذاتهـا التى ذكرناها فى الفقرة السـابقة : وهى أن أولئك الذين يستكشفون جدول الاحتمالات ليست لهم نظرة شاملة الى حقائق العلوم أو حتى النتائج الحالية للتكنولوجيا ، فانتشار المعرفة لا يتم فى لحظة واحدة ، والتكنولوجى يجد من الصعب عليه غالبا أن يفهم برهانا نظريا دقيقا ، لا عن انعدام قدرة فيه ، ولكن عن جهل منه بالمصطلحات الفنية أو لأنه لم يتدرب على معالجة أفكار معينة ، ففيزياء الكم استغرقت بعض الوقت قبل أن تدخل عالم التكنولوجيا (لكنها بعد أن دخلت هذا العالم أصبحنا نسلم بأنها جاءت معها بقوة تدمير رهيبة) ، ويجب أن نذكر أن الابتكار أكثر احتمالا فى المجالات التى تعتمد على المعرفة العلمية بقدر أو آخر : أى أن الصناعات المتقدمة التى تقوم على أسـاس علمى ، تؤدى أجهزة الاعلام ـ الجمع والتوثيق والاتصال بالعلوم النامية ككل ـ تؤدى هذه الأجهزة عملها أداء جيدا ، فنجد مثلا أن مراكز بحوث الطاقة الذرية لديها أفضل مجموعات من البيانات الخاصة بالمواد ،

وعلى العكس من ذلك لا نرى حاجة الى الحصول على صورة شاملة للعلوم كلها لكى نخترع الزمام المنزلق (سوستة الثياب) ومن ناحية أخرى نجد أن الصناعات التقليدية ليست لديها الوسائل الضرورية لجمع المعلومات المفيدة المتاحة فى مجالات غير مجالاتها ، ولهذا السبب فانه على الخط الفاصل بين موضوعين نجد أغرب الابتكارات وأبعدها عن التوقع ، مع أنه كان يمكن أن تكون أكثرها سهولة من حيث التنبؤ بها ٠

لكننا نخطىء اذا تصورنا أن تحليل الاحتمالات هو كل ما نحتاج اليه للتنبؤ بمستقبل التكنولوجيا ، اذ يبدو أننا خلفنا وراءنا تلك الفترة التى كنا نجرب فيها كل ما يمكن ، ودخلنا فى فترة الاختيار ، وبدأنا نسأل أنفسنا عما نريده ، وهكذا نفذت فى اجراءات قراراتنا ورغبتنا فى التأكد من أن المستقبل هو من النوع الذى يشبع حاجات الناس ، وان كنا لا نستطيع أن نتنبأ ماذا ستكون تلك الحاجات والرغبات الا بعد أن ننظر الى الوسائل موضوع البحث ٠

طرق الاختيار :

يمكن القول بأن طرق الاختيار تندرج فى مجموعتين هما أولا : المجموعة التى تدخل فى باب تحليل العلاقة بين التكلفة والنفع ، وثانيا : المجموعة التى تدخل فى باب شجرة التطبيق ٠ وسنستعرض المبادىء التى تنطوى عليها كل من المجموعتين ونبين أنها أصبحت متساوية فعلا ٠

فتحليل العلاقة بين التكلفة والنفع هى نتيجة حقيقية واضحة هى أن الصناعة تريد من أنشطتها أن تحقق ربحا ، ويبدو أن ذلك لا يتصل بموضوع هذا المقال ، على أنه حتى بهذا المعنى الضيق

يثير مشكلات تتصل بعلم استطلاع المستقبل ، اذ أن الهدف هنا ليس مجرد التغير التكنولوجي ، وانما الهدف هو تغيير طبيعة السلعة التي تباع ، أي الخدمة التي تؤديها ، ومن ثم فان رغبات عميل (زبون) المستقبل ذات صلة واضحة ، ويجب على ذلك التنبؤ بها ، على أن ذلك أقل أهمية من الحقيقة البارزة المتمثلة في أن هذا التحليل يتزايد تطبيقه لاشباع الحاجات الجماعية التي لا ينطبق عليها مبدأ « الفائدة » أو « المنفعة » الا اذا كانت فائدة أو منفعة عامة ، فقرار تشييد طريق للسيارات مثلا لا يتوقف فحسب على تقييم المدخرات التي تتحقق من بعض وسائل النقل وانما يتوقف كذلك على متعة الراكب وزيادة سلامته ، وهذان الأمران الأخيران ذاتيان ، ومن ثم يصعب التعبير عنهما بالأرقام لكن يمكن حسابهما من القيم الأساسية التي تعطى لتزجية وقت الفراغ أو حياة الانسان ، كذلك تصبح اخلاقيات الرفاهية الاجتماعية بندا في الحسابات ، أو على العكس من ذلك تدخل عملية المحاسبة الجافة في تقديرها القيم الانسانية ، الحاضرة أحيانا والمستقبلة بقدر أكبر .

أما في طريقة شجرة الطبيق فترتب أهدافنا الأساسية والعمليات الرئيسية اللازمة لتحقيقها والعمل الذى يقوم بهذه العمليات والوسائل الشاملة التي يتطلبها هذا العمل ، ومقومات هذه الوسائل وغير ذلك ؛ ترتب كلها ترتيبا متسلسلا كنوع من شجرة النسب .

ثم يأتي بعد ذلك تحديد المعايير التي نعاير بها قيمة مختلف البنود في كل خط من مختلف خطوط الشجرة ، وتوزن هذه المعايير ، على أساس أن هذه المعايير وأوزانها معا هي التي تشكل التصميم (السيناريو) الخاص بالمستقبل ، ثم يعطى لكل بند في كل خط درجة ، كمؤشر على نسبه ، يدل على قيمته بالنسبة لكل

معيار أدخل فى الحساب ، وأخيرا تأتى العملية الحسابية التى وان تكن معقدة بسبب العدد الكبير من البنود الداخلة فى الحساب فانها بسيطة من الناحية النظرية ، وهى تتيح ترتيبا تسلسليا للقيم التى توضع على أجزاء الوسيلة التى تظهر فى الجزء الأسفل من الشجرة على علاقة مباشرة بترتيب الأولويات ، فعمليات القرارات الحديثة تدخل فى تقديرها « قيم » المجتمع • وقد نلاحظ أن السمة المميزة للطريقتين اللتين شرحناهما هى أنهما تنتقلان من التقدير النوعى الى التقدير الكمى — من التقدير النوعى لرغباتنا الى تقدير درجات الأوليات كميا — وهما يساعداننا على أن نعلل الأمور منطقيا فى عالمنا الذى يتميز بمعاييره غير المتماثلة بل والمتناقضة فى الغالب .

ان هاتين الطريقتين لهما سحرهما ، وقد اعتقد الكثيرون أنهما تزيفان عمليات الاختيار البديهية بأن تجعلاها واضحة ومترابطة منطقيا ، وهذا صحيح جدا ، ولكن الى حد : فاختياراتنا ليست نتيجة تسلسل القيم ، فنحن لا نتبع الغرض الذى أعطى ٢٠ درجة ثم الذى أعطى ١٩ درجة وهكذا ، بل نتبع مجموعة أغراض متباينة درجات الشدة ، فطرق الاختيار اذن يجب أن يدخل عليها التحسين ، وذلك ممكن عمليا ، ومن أبسط طرقه أن نعتبر غرضا واحدا متبوعا بقوى مختلفة كأنه غرضان أو أكثر ، ثم نقوم بتحليل توافقى لمجموعات الأفعال التى يمكن توقعها ، بشرط أن ندخل فى حسابنا مختلف العوائق — كالقيود المفروضة على رأس المال أو القوى البشرية مثلا — وبذلك يشتد اقترابنا من أية حقيقة معقدة يتعذر علينا الاسترشاد اليها بالحدس وحده دون أن نغامر بسلبها قيمتها باستخدام نماذج قرارات مبسطة لترتيب نتائجها •

وبعبارة أخرى ، فان التقدم فى منهجية الاختيار تتطلب منا أن نجعل العمل التكنولوجى يشترك فى نسيج (مادة) حاجاتنا

ورغباتنا ، مع الأخـذ فى الحسـاب بمقاييس قيمنا الحالية وقيم المستقبل الافتراضية ، ولكن ما هى هذه القيم وكيف تنشأ ؟

القيـم :

قد تكون هذه الكلمة خطأ فى التسمية لأن قيمنا قد لا تستحق اسمها قبل أن تأخذ شكلها ؛ على أننا سنحاول أن نرى أيهما يتغير ٠

ان الجنس البشرى فى كفاح مرير لبقائه ضد عناصر الطبيعة، وضد الوحوش ، وضد غيره من الناس ، ومن التناقض أن أرواح الناس خارج المجتمعات الصغيرة يقلل من قيمتها دائما ، كما أن وحدة النوع لا تفرض نفسها الا فى الوقت الذى تصبح فيه أقل ضرورة ، ومن ثم فان القيم التى كانت فى وقت من الأوقات توحد بين القبيلة أو العشيرة قد انتشرت هذه الأيام بين وحدات أكبر ، لكنها أصبحت فكرية لا عاطفية ٠

فعلى حين كانت السلع الأساسية نادرة والسكان مبعثرين فى الأرض ، أصبحت لدينا وفرة فى السلع وتكثف فى السكان ، على أننا يجب أن نلاحظ أن الوفرة (الرخاء) لا تعنى التوزيع العادل ، اد أن هذه الحالة لم تصل اليها القارات كلها (ولنترك جانبا مشكلة الدول النامية مؤقتا) ، أما عن مسألة العدالة الاجتماعية فنكتفى بالقول بأن الثغرة بين الأقوال والأفعال ما تزال كبيرة كما كانت حين لم تكن دواعى الأخلاق تتطلب أكثر من مجرد الاحسـان ٠ هنـاك اذن عاملان يحكمان تطورنا : كثافة البيئة الاجتماعية ، وحياتنا فى فترة اختيار أعقبت فترة احتياجات . فالكثافة وبخاصة فى بيئة المدينة تتطلب تنقيحا فى قيم السلوك الاجتماعى : فآراء المفندين المحدثين ، حتى بعـد تجريدها من انكارها لأى أسـاس

موضوعي للمبادىء الاخلاقية الى حد القول بأن كل شيء قد أصبح فاسدا ويجب هدمه ابتغاء التشييد من جديد ، تطالب بأخلاق جديدة لحياة نعيشها ، ككل ، حياة ينمي فيها الفرد طاقته الكاملة ، ومع ذلك فهناك شك حول ما اذا كانت هذه الأخلاق الجديدة تغير من طبيعة أنماط سلوكنا •

ثم ان الانتقال الى عصر الاختيار يثير مشكلة صعبة هي مشكلة الدافع وراء جهودنا • والنقد الذى توجهه القلة ـ وهي قلة محظوظة في الغالب ـ لمجتمع الاستهلاك ، انما يبين في أكثره نقصا في فهم حقيقة أن جهودنا توجه نحو غاية ، وبعبارة أبسط أنه شهادة بتطور هذا المفهوم ، فليس من شك أن المجتمع سيكون عليه أن يقرر ما يريده في هذا الشأن ، والثمن الذى هو على استعداد لدفعه ـ في صورة جهد ـ لكن علم الاجتماع لا يستطيع هنا أن يتخذ نظرة مثالية بحتة ، اذ أن الحقيقة لا بد أن تنتقم لنفسها ان عاجلا أو آجلا •

أما أهمية التغيرات التكنولوجية فنحن نضعها في المجال الثالث ، لا لأنها ليست ذات أهمية كبيرة ، وانما لأننا يجب ألا نخلط بين الأهداف والوسائل ، فالانسان سيتزايد اختياره لما هو ممكن ، كما أن الامكان لا يتجه دائما نحو خلق ضرورة ، وبعبارة أدق فان العمل الفنى الذى يستخدم في الأهداف العملية يتقن الأشياء والعمليات التي يرى ضرورتها من بادىء الأمر ثم يستعملها • أما المناقشات الحامية حول العلاقة بين ما هو ممكن وما هو مرغوب فيه فهي مناقشات أكاديمية الى حد ما •

على أن المؤكد هو أن السفر السريع والاتصالات البعيدة تغير التفاعل بين مختلف أجزاء العالم تغيرا عميقا ، فهي عوامل تعمل

على التجانس والتوحيد فى عالم حافل بالفوارق والخلافات ، وكثيرا ما يعبر عن آراء حول هذا الموضـوع ، يراودها الخوف من ضياع قيم يرجع تاريخها الى ما قبل الثورة الفنية ٠

ومن المدهش أن غالبية ساحقة من الناس لا يجدون غرابة فى عالم التكنولوجية الذى يعيشون فيه ، فالحضارة الفنية لا تعتدى على عالم الفكر ، ذلك أن حضارة « الأزرار الكهربائية » هى التى تعتدى ، لكن هذا شئ آخر ٠

فهل هناك أسباب أخرى للتغير الذى يصل بحضارتنا الى نقطة تحول ؟ نعم ، وأهمها هو اتاحة التعليم العالى لعـدد متزايد من خريجى المدارس ٠ ان هذه مشكلة أساسية ، فماذا سيكون شكل المجتمع حين يصبح نصف شبابنا من خريجى الجامعة ؟ ولكن ، أية جامعة ؟ لن تطيل الكلام فى هذا الموضوع هنا ـ فهو بحاجة الى مقال كامل عنه ـ غير أن علينا أن نؤكد أن هناك تفاعلا متزايدا بين التعليم وبين المجتمع أكثر ممـا هـو بين التكنولوجيـا وبين المجتمع ان ما يزعجنا هو ألا نرى اهتماما يذكر عند من يشغلون مراكز المسئولية فى الحكومات والجامعات بهذه المشكلة التى تعتبر خطيرة الشأن بالنسبة للمستقبل ٠

الدولة النامية :

من التناقض الغريب أن التأمل فى شئون المستقبل توحى به فى الغالب حضـارة ترسخ جذورها فى الماضى ٠ ولا يفسر هـذا التناقض ذلك الشعور بالأخوة الانسانية ولا الاهتمام بالعدالة ٠ وفى عالم يتغير بسرعة لا تستطيع مسايرتها ، نخشى من أن نقلل من شأن قيمنا الجوهرية تقليلا يتعـذر علاجه ، كمـا أن الدول

النامية تجعلنـــا نرى قيم التأمل وتبــادل الأفكار والمشــاعر مع الايقاعات الطبيعية للحياة ومع أبسط المشاعر الانسانية ، نراها فى ضوء مختلف تمام الاختــلاف ، وقد تكون مشــاعرنا ساذجة ورومانتيكية بطريقـــة فولكلورية ، لكن ذلك لا شك يشجعنا على أن نرى بوضوح أكبر ، من ناحية ، عن طريق رغبتنا فى أن نفهم الدول النامية التى كانت حضاراتها دائما لا تلقى التقديم السليم من جانبنا .

ان الماضى هو الذى ولد الحاضر ، والحاضر هــو الذى سيلد المستقبل ، وبدلا من السهم الذى يشير من اليوم نحو المستقبل ، استعاضت دراسة المستقبل عنه بتفاعل ذى اتجاهين ، اتجاه يبين أثر الحاضر فى المستقبل ، واتجاه يبين اعتماد المستقبل المرجو على الحاضر الموجه توجيها مقصودا . ان المسئولية الانسانية قد اتخذت معبرا جديدا ، وهذا هو المعنى العميق لعبارة « الدراسة من أجل المستقبل » .

نطاق الحركة :

قصدنا بما سبق أن ذكرناه من ملاحظــات أن نجعل القارىء على وعى بمقدار العمل الذى تم فى علم استطلاع المستقبل ، ففى أقل من خمس سنوات حدث ما يمكن أن نسميه انفجارا فى هــذا الميدان الجديد من ميادين النشاط الانسانى ، فعلى مستوى الحكومات تكونت لجان دراسات تعمل على أساس طويل المدى لرسم صــورة للمستقبل المحتمل (اذا لم يحــدث ما يؤثر على سير الأحداث) ، والمرغوب فيه (فى ضوء ما نرى أنه يحقق تطلعاتنا الأساسية فيه) والممكن ، (فى ضوء تقديرنا لامكاناتنا المادية وقدرتنا على العمل) . وقد أنشئت لجان الدراسات هذه على أعلى مستوى سـياسى ، ففى

فرنسا كان لا بد من انشاء لجنة لدراسة المستقبل فى داخل « الهيئة العامة للبحوث العلمية والفنية » لتعمل على اتصال « بلجنة الخطة »، وذلك بسبب الحاجة الى دراسات مبدئية للجنة « الأفق ٨٥ » ٠

ويتزايد استخدام مكاتب دراسة المستقبل فى الوزارات ومصالحها وفى المعامل ، كما يحاول قطاع الصناعة أن ينظر الى خططها القصيرة الأجل (٥ ــ ١٠ سنوات) نظرة أبعد نفاذا فى المستقبل ٠ وحتى الجمهور بدأ يشغف بسنة ٢٠٠٠ باعتبارها حلقة طيبة كاملة الاستدارة ٠

والشركات ــ سواء أكانت فروعا لمشروعات قائمة أو كانت مشروعات جديدة بذاتها ــ بدأت تبرز الي الوجود على أمل أن تعيش عن طريق « بيع » نظرياتها بشأن المستقبل ، ولعل ما قامت به شركة « راند » Rand Corporation فى الولايات المتحدة وتقوم به فى سنوات طويلة وكذلك تاريخها معروف معرفة جيدة ، كما أن انشاء « التمبو » Tempo فى كاليفورنيا كان له أثره الكبير فى الجمهور ، ويبدو أن العمل الذى قامت به لجنة دراسة مستقبل الجامعات بجامعة كولمبيا سيتغلب على الأزمات فى التعليم ، بل لعله يقضى على تلك الأزمات ٠ وترى بعض الشركات القوية كشركة IBM أن لزاما عليها الاشتراك فى صنع عالم الغد ، بأن تسخر فى تدعيمها لما تقوم به ، جماعة كبيرة فى جامعة هارفارد ٠

وأخيرا ، فان الدول النامية يتزايد اقتناعها بأن الوسائل التى تمت ، هى ذات أهمية أولية بالنسبة لها ، ويتضح ذلك من حلقة الدراسة التى نظمها المركز الدولى للتنمية بباريس بالاشتراك مع معهد العلوم الاجتماعية بجامعة طهران ، فى أبريل سنة ١٩٦٩ ٠ لكن العمل هنا أشق ، لأن هناك قيودا لا حصر لها بسبب تعدد

مراكز اتخاذ القرارات الخارجية ، ولا سيما فى علوم الاقتصاد ، وبسبب اختلافات المشاعر أو التغيرات فى مقياس القيم ، وهى تغيرات كبيرة الى درجة تبعث على الخوف الذى يكون له أحيانا ما يبرره ، اذ ماذا يبقى من القيم التقليدية فى حضارة هدفها الكفاءة التى تقوم على الأساليب الفنية التى لها بدورها أثر المساواة بين الناس ؟

ردود الفعل :

على أن هذه الدراسات لا ينادى بها فى غير تحفظ ، فمن الانتقادات نقد ـ تافه فى رأينا ـ يتناول الجماعات التى تضم أعضاء تتصف دراساتهم الغالبة بأنها أدبية ، أو بعبارة أخرى لم يدرسوا الا العلوم الانسانية ، وهم يتهمون بأنهم لا يعرفون كيف تنشأ المخترعات الصناعية فعلا · ان كثيرا من التحويلات التكنولوجية يشوهه بلا شك أن تحليلاته غير واقعية ، وهذه الجماعات يتميز تركيبها بتعدد نظمها مما يجعلها بمنأى عن النقد كما نرجو ، لكن الثغرة الايديولوجية والمصطلحات الفنية بين « الثقافيين » لا يمكن سدها على هذا النحو ، فمن المحتمل جدا أن ينحرف الحوار الذى تشترك هذه الجماعات فيه ، وان يكن التغلب على هذه المشكلة يتيسر حين يتوائم التعليم مع العالم الحديث ، فالثقافة تظل على أصلها دائما ، على الرغم من تنوع مظاهرها ·

وثمة نقد آخر أشد خطرا ، هو أن دراسة المستقبل قد تؤدى الى خلق طبقة جديدة من الاخصائيين الفنيين ، تعرض للخطر كل أشكال الديموقراطية حتى أحدثها ، وهذا أمر يجب أن نخشاه ، اذ أن الطرق المستخدمة فى استطلاع المستقبل تصبح مقصورة على فئة قليلة جدا بعد تطورها ، فحتى أبسط هذه الطرق التى تستهدف

مجرد ايجاد بدائل يتمشى بعضها مع بعض هى طرق معقــدة تعقيدا يحير الرجل العادى ، وهــذا خطر لا يمكن تفاديه الا بطريقتين احداهما هى رفع المستوى العام لتفهم ظواهر الحضارة ، والأخرى هى توافر علماء استطلاع المستقبل ــ بشرط أن تتقبل السلطات التى تستنصح هؤلاء العلماء الحقيقة المتمثلة فى أن موازين القيم تختلف ، وأن هناك حتما طرقا للحياة مختلفة وكثيرة • وما أفترضه شخصيا فى تفاؤل انما يتمثل فى التسليم بأن الدراسات الخاصة باستطلاع المستقبل ستزيد من قدرتنا على الفهم ، وبذلك تمكن المرء من التحرك بحرية أكبر ، فى عالم تتنافر فيه المعايير غالبا ، وتمكنه كذلك من أن يميز بين ما هو مقبول وما هو غير مقبول ، وأن يعرف مدى ما يجوز له من المضى فى متابعة الأهداف التى يراها ضرورية له •

على أن هذا الوضوح فى الفكر يبعث على الخوف ، ذلك أن العقل يستشعر أحيانا قدرا من الراحة فى ترك الأمور تجرى فى أعنتها أكبر مما يجده فى التفــكير • ومهما يكن من أمر ، فان الذين يعتنقون مذهبا متكشفا عن وحدة متناغمة يخشون أن يؤدى الحوار المفتوح الى اضعــاف مواقعهم الثورية ، والى الكشف عن عيوب معتقداتهم ، واظهار عجزهم عن مسايرة الحقائق • وهم يرون علم استطلاع المستقبل كنوع من الخدعة (كحصان طروادة) كما يتخيلون أن موضوعية آراء هذا العلم تزيد من خطره • وتنعكس هذه النظرة الى هذا العلم فى مجلة « نيويورك ريفيو Yew York Review of Books الخاصة بالكتب ، والتى يحلل فيها « جون ماكديرميت » John McDermett آخر ما نشرته مدرسة « أ• ميثين » E. Mesthene مدير جامعة هارفارد التى سبقت الاشارة اليها • أليس هناك الا طريقان مفتوحان أمام « الجناح اليسارى » اذا كانت هذه التسمية

ما زال لها معنى ؟ فاما أن يشترك فى التفاعل الخاص بتعريفات قيم المستقبل ، ويوافق على مناقشة كفاية الفرص بالنسبة للوسائل المستخدمة ، واما أن ينطوى على نفسه ، رافضا القيام بأى دور ، الا أن يعد استعداداته الساذجة «للثورة» ٠ ان كلا الحلين ميسوران، ومن المهم أن نراقب أى الطريقين تسلكه « النوادى » السياسية المختلفة !

خطة دراسة :

ان الموضوع لا يمكن معالجته بأكمله فى مقال واحد ينشر فى مجلة دورية مهما كانت كبيرة ؛ لهذا نكتفى بايراد نماذج ٠ ومن المفيد ، أن نورد قائمة رؤوس موضوعات للدراسة ، تعطى ولو فكرة عامة عن النظرة الكلية لعلم استطلاع المستقبل ٠

فالمقدمة يجب أن تتناول تاريخ علم استطلاع المستقبل والدوافع اليه ، وأن توضح أوضاع العقل والأخلاق عند أولئك الذين يتناولون المشكلة ٠ وبجب توضيح الروابط بين التخطيط الاجتماعى والاقتصادى ، وتحليل الفوارق بين مشكلات الدول ، فى الشرق وفى الغرب ، فان هذه الفوارق تبدو لعين المراقب المحايد ، فى الوقت الحاضر ، على أنها فوارق مغالى فيها قصدا وافتعالا ، ويجب ألا تختلف الدراسة الأمينة اخلافا أساسيا بالنسبة للمذهبين ؛ فانه عند تطبيق النتائج تصبح الثغرة واضحة ٠

أما الجزء الأول من الدراسة فيجب أن يكون بيانا للوسائل ، وهذه يمكن تصنيفها فى ثلاث مجموعات رئيسية ، الأولى تتناول التنبؤات الخاصة بالاستكشافات ، وذلك عن طريق تفهم الأجهزة المساعدة على الكشف ، وطبيعة تطور المعرفة ٠ والثانية تتناول

طرق توجيه اختياراتنا لتوضيح الأولويات ولتوكيد أنها متوائمة ، أما المجموعة الثالثة فيصعب جدا تناولها فهى تتضمن طرق دراسة مستقبل المجتمع ، وهى طرق ما تزال بحاجة الى صياغتها ، فنحن لا نعرف الا القليل عن العلاقة بين تركيبات مجتمعنا وبين انفعالات المواطنين ، أو بمعنى أدق ، بين التنظيم الاجتماعى ، والوسائل الفنية التى فى متناولنا ، ومجموعة القيم التى نعيش بها .

ومعنى ذلك أن الجزء الثانى (وهو أطول كثيرا) يجب أن يتناول دراسة القيم والتغيرات التى تطرأ على تلك القيم ، وليس غريبا أن كثيرا من الكتب التى تدرس القيم قد نشر أخيرا . لكنها كتب تبعث على اليأس ، تتناول القيم الشديدة الأهمية — وهذه ليست لها تعاريف واضحة — الى جانب الأوليات المستنبطة منها ، والتى تعتبر خطأ أنها قيم فى ذاتها . ومن الأساليب التى تلعب دورا هاما فى محاولة التنبؤ بتطور هذه القيم ، أسلوب تحليل العلاقة بين التكلفة وبين النفع ، وهو أسلوب قد يكون من المستحيل الدفاع عنه لأنه يحط من شأن القيم بصورة مشينة . على أنه من المفيد دراسة نتائج هذا الفرض ، هذا الى أن علينا أن نفحص فكرة وجود « طيف مستمر للقيم » ، ولو كان ذلك لمجرد تجنب الاستغراق فى الجزمية .

أما الجزء الثالث فيتناول وصف مجموعات الوسائل/التنظيم/القيم ، مع ابراز طبيعة أساليب الحياة التى يؤدى اليها نظام معين ، وقد لا تكون لدينا المادة التى تتطلبها معالجة هذه الفكرة معالجة صحيحة ، وان لم يكن ذلك سببا لاغفالها ، بل قد تلقى عند دراستها صعوبة فى التغلب على تذمر أولئك الذين يؤيدون ما يسمونه النظم التحررية التقدمية ، وقد نعجز من ثم عن ايجاد حلول جديدة .

وأخيرا ، يجب أن تخصص صفحات قليلة لمشكلات العلاقة بين مراكز دراسات المستقبل (سواء التى تسيطر عليها الدولة أو غيرها) وبين مراكز اتخاذ القرارات ، والتفاعل بين دراسات استطلاع المستقبل وبين المستقبل كماسيكون ، وهو تفاعل من القوة بحيث يبرر ابراز مشكلة العلاقة بين فكرة اليوم وواقع الغد ، وبعبارة أدق يجب أن نصف نظام حاضر ـ مستقبل ـ الحاضر ٠

هذه صورة لمحتويات بعض الفصول الهامة فى أية دراسة تتناول علم استطلاع المستقبل ٠

وهكذا يتضح لنا أن علم استطلاع المستقبل ليس مجرد تمرين يمارسه رجل فكر يريد أن يربط الحاضر الذى نضطر الى تقبله اضطرارا قليلا أو كثيرا ، بالمستقبل الذى نريده ، وما تعبر عنه هذه الدراسات بقدر أكبر هو الرغبة فى وضوح الرؤية ، ولعلها تشكل أكثر المزاعم اقناعا بأن الانسانية مسئولة الى حد كبير عن تشكيل مصيرها ٠ والمسألة الآن هى كيف يزودنا علم استطلاع المستقبل بالأدوات التى يمكن بها الوفاء بهذه المسئولية ، وكيف يتسنى استعمال هذه الأدوات من جانب المنظمات السياسية ، وما اذا كانت أجهزة الازعاج والقلق لن تظهر عفويا ، فتثير باستمرار نزعة الشك حول نوع وكفاية الأدوات المستخدمة فى دراسة المستقبل التى حصلنا عليها ٠

فهـرس الـكتاب

صفحة

صفحة

صفحة

صفحة

صفحة

الكتاب الثاني

الإعلام والدعاية

نظريات وتجارب

المقـــدمة

أصبحت الدراســات العربيــة فى السنوات الأخيرة تحتــاج الى مزيد من الأبحاث فى علوم الدعاية والاعلام ، ذلك أن العالم العربى أصبح يتجه فى وضعه الحاضر نحو مرحلة جديدة من مراحل التقدم ســبقتها مراحل منذ مطلع العصر الحــديث •

وقد قام الرواد الأوائل للنهضة العربية الحديثة بدور هام وجليل ، حينما قدموا دراسات فى مختلف العلوم الطبيعية والانسانية وضعت الأساس العلمى لمجتمع عربى جديد متنور •

ومنذ عرفت مصر الصــحافة فى وقت باكر من عصرنا الحــديث ، حمــلت الصحف على صدر صفحاتها مشاعل التقدم العلمى والثقافى ، وأسهم الكتــاب والمفكرون فى نقل معالم الحضارات الجديدة الى القارىء العربى •

ثم أصبحت الصحافة ذاتهــا مادة من مواد العلوم الانسانية ، ومع تيــار التطور والنماء أصبح فى الجامعة معهد للاعلام ــ اتفقنا على قيامه عام ١٩٦٦ مع اليونسكو ــ يقوم على أساس البحث العلمى المتخصص ، ويلبى احتياجات العصر من ناحية دراسة علوم الاعلام التى تشعبت وتعددت ، حتى صــارت من العلوم الهامة فى مختلف الجامعات والمعاهد العالمية •

وهذه العلوم جديدة لم تظهر الا منذ أواخر القرن التــاسع عشر ، ولم تتبلور الا فى بداية القرن العشرين ، ولا زال بعضهــا فى دور التطور والنمو مثل دراسات الدعاية الدولية • بل ان بعض المخترعات الحديثة المتلاحقة فى مجالات وسائل الاعلام وخاصة التليفزيون ، لم تتح للدارسين فرصة الوصول الى نظريات أساسية فى أوضاعها القانونية الدولية وآثارها فى السياسات العالمية • فقــد استطاعت بعض الدول مد شبكات التليفزيون عبر أراضى دول أخرى ، وأصبحت هناك شبكة تليفزيونية واسعة المدى فى أوربا الغربية تربط لندن بروما ، كما تمكن العلم من اعداد شبكة أخرى فى أوروبا الشرقيــة تربط موســكو بوارسو وكوبنهاجن ثم تلتقى بالشبكة الغربية ، وحدث كل ذلك على سطح الأرض • ثم كان اختراع الأقمار الصناعية التى تستطيع نقل البرامج الاذاعية والتليفزيونية

من مكان الى مكان على سطح الكوكب الأرضى دون حاجة الى شبكات ممتدة فوق سطح هذا الكوكب .

وأمام هذه الحقائق يقف علماء الاعلام ليبحثوا عن أشياء كثيرة . فهم يدرسون هذه الوسائل الاعلامية الجديدة التى تلاحق انسان العصر الحديث أينما وجد وفى كل مكان ، حتى أصبحت تعايشه فى يقظته وفى نومه .

وهم يدرسون أيضا آثار هذه الوسائل من وجهات نظر متعددة ، ومن زوايا كثيرة ، فهناك دراسات عن السلوك الشخصى للفرد ، ودراسات عن الأسرة كمجموعة صغيرة تصل اليها المعلومات عن طريق وسائل اعلامية متعددة وتؤثر فى سلوك افرادها وفى مدى ارتباطاتهم تحت ضغط سلوك كل فرد منهم أو تحت ضغط سلوك جماعى لهم . ثم تمتد الدراسات الى قطاعات من المجتمعات مثل قطاعات العمال أو الطلبة وتمتد هذه الدراسات الى الشعوب أيضا لتصدر عليها احكاما عامة كقولهم ان شعب مصر شعب متجانس له سلوك موحد ، وانه يتأثر عن طريق وسائل الاعلام والدعاية تأثرات متشابهة ، أو قولهم ان الشعب الأمريكى غير متجانس بسبب تعدد الأجناس التى يتركب منها المجتمع الأمريكى، فما يتأثر به الذين ينحدرون من أصل ايطالى يختلف عما يتأثر به الذين ترجع اصولهم الى اسكتلنده أو الذين هم من أصل زنجى .

ومهما يكن نصيب هذه الآراء أو الأحكام العامة من الصواب أو الخطأ ، فانها أصبحت احدى نتائج الدراسات فى علوم الدعاية والاعلام .

بل ان هذه النتائج أصبحت فى عالمنا المعاصر من المؤثرات الهامة فى السياسة والاقتصاد ، وفى الحرب والسلم ، وفى مصير الانسان بكل مقوماته وافكاره . فلم تعد آثار الاعلام والدعاية قاصرة على تحريك الانسان ، بل اصبحت من العوامل المؤثرة فى مستقبله أيضا .

ومنذ بدأت الدراسات الاعلامية تأخذ شكل العلم ، بدأت أيضا تضع النظريات والقواعد ، وهذا أمر منطقى فان العلوم الانسانية كلها سلكت هذا المسلك ، ومنذ كتب ابن خلدون مقدمته الشهيرة بدأ علم الاجتماع يتخذ لنفسه النظريات والقواعد ، شأنه فى ذلك شأن علم النفس الذى أصبح من العلوم التجريبية .

أما فى دراسات التاريخ ، فمنذ ثارت المناقشة حول قضيته ، وهل هو علم أم فن ؟ تحدد موقف المؤرخين المحدثين ، فأصبحت دراسات التاريخ اليوم من الدراسات العلمية ، وليست من التمويهات الشاعرية أو الانفعالات العاطفية ثم

اصبحت الوثيقة التاريخية هى التى تثبت الحدث او تنفيه ، ولم تعد الأحكام الشخصية هى التى تفسر تاريخ البشرية عن طريق الصواب والخطأ ، بل اصبحت الوثيقة هى التى تفسر لنا هذا التاريخ داخل اطار منهج علمى متكامل ٠

وعلوم الاعلام — بين العلوم الانسانية — هى أكثرها حداثة كما قلنا ، وقد حاول العلماء والباحثون الوصول الى نظريات فى أصولها ، وابتكروا علوما جديدة فى مجالها منها علم النفس الاعلامي أو سيكولوجية الاعلام ، ومنها علم الاجتماع الاعلامى أو سلوكية الاعلام ٠

كما دخلت دراسة القانون ايضا فى علوم الاعلام والدعاية لا من ناحية قوانين الصحافة والنشر ، فهذه دراسة قديمة متعارف عليها ، بل من ناحية الاعلام والدعاية فى القانون الدولى والسياسات العالمية ٠

ومن الحقائق التى يجب أن نلتفت اليها أن العالم القديم لم يبحث هذه الموضوعات الجديدة رغم وجود وسائل دعائية واعلامية استخدمت فى تلك العصور تشابه من ناحية الشكل ما يستخدمه عالمنا الحديث ، فقد استخدم السلطان نور الدين محمود — بعد أن تملك مصر والشام وبدأ محاربة الافرنج — وسيلة الحمام الزاجل فى ارسال الأنباء وتلقيها ، وكان هذا الحمام يخترق المجال الجوى فى فلسطين أثناء الحروب ، وهذا يشبه اختراق الطائرات للمجال الجوى مما يبحثه رجال القانون الدولى فى عصرنا ٠

والى جانب النظريات التى تتناول موضوع الاعلام والدعاية ، هناك تجارب لا بد من الوقوف عندها ودراستها ، لأن هذه التجارب هى التى أدت الى ظهور النظريات من ناحية كما أنها تثبت أو تنفى النظرية من ناحية أخرى ٠

وفى هذا الكتاب ، حاولنا ربط النظريات بالتجارب ، وهى محاولة تقترب بنا من العلم الصحيح ٠ ذلك أن العلوم الانسانية التى سبقت علوم الاعلام والدعاية سلكت سبيلا علميا صحيحا عندما قامت على أساس المشاهدة والملاحظة والتجربة ٠ وهذه المراحل الثلاث تؤدى الى حكم يضع النظرية ولذلك سيجد القارىء أننا التفتنا الى التجارب الاعلامية والدعائية كثيرا ، وجعلنا منها مادة للمناقشة ، وخاصة فيما عرضناه من نظريات وقواعد ومبادىء للاعلام والدعاية ٠

وسرد هذه النظريات والتجارب جنبا الى جنب هو بداية طريق تأصيل علم الاعلام والدعاية ، الذى نعتبره الأساس الأول للعمل الدعائى والاعلامى ، لأننا نعتقد أنه لا نجاح لهذا العمل بدون نظرية ولا أساس لنظرية بدون تجارب ٠

وعلى أساس هذا الفهم لفكرة النظرية والتجربة، لا بد لنا من توضيح مبادىء عامة وأساسية ، أولها أن الاقتراب من العلم الصحيح ليس معناه الوصول الى غايته ، فهناك قضايا كثيرة ، ومتشعبة ترتبط بعلم الدعـاية والاعلام ، ومنهـا قضايا ترتبط بعلوم الهنـدسة اللاسلـكية والالكترونات والذرة مما يدخل فى تخصص العلماء الذين يطورون وسائل الارسال الاذاعى والتليفزيونى ؛ وهذه العلوم يجب ان نتركها لأصحابها وليس لنا الا أن نعرف نتائجها معرفة كاملة ، حتى نعرف كيف تعمل وكيف نفيد منها أو نتقى شرورها ٠

فمثلا ، حاولت بعض الدول الاستفادة من العقل الالكترونى فى ترجمة نشرات الاخبار ، وتمت الترجمة فعلا من كافة لغات العالم الى لغة هذه الدولة على الآلات اللاقطة ٠ ولكن ثبت أن هذه الترجمة لم تكن مفيدة بالقدر المطلوب ، وكان لابد من الاستعانة بالعنصر البشرى لتصحيح الترجمة ٠ وبذلك أصبحت النتيجة أن العقل الالكترونى لا يصلح للترجمة الدقيقة وخاصة فى المواد السياسية التى تغير كلمة واحدة منها كل مفهوم الخبر ، وتقلب نظام الدول ٠

وبهذه المشاهدة والملاحظة والتجربة ، نصل الى نظرية فى الاعلام والدعاية يمكن أن تقول الآن « **ان العقل الالكترونى غير صالح لترجمة الأخبار السياسية** » ولكن هذه النظرية قد تتغير غدا اذا وضع قاموس جديد للعقل الالكترونى يمكنه من الترجمة الدقيقة ٠

وهناك تجربة أخرى نجح فيها العلم ، وهى تجربة نقل صـور صـفحات كاملة لجريدة أو مجلة من نيويورك الى روما ، ثم طبع هذه الجريدة أو المجـلة فى طبعة أوروبية فى نفس الوقت الذى تطبع فيه فى أمريكا ٠

وبذلك نصل الى نظرية فى الاعلام والدعاية يمكن أن تقول : « **ان صحيفة مصرية يمكن أن تطبع فى القاهرة ودمشق وطرابلس والخرطوم فى وقت واحد** » ٠

وبغير القمر الصناعى ، وعن طريق التجربة الأوروبية الغربية والشرقية فى مد شبكات التليفزيون عبر أوروبا ، يمكننا أيضا أن نصل الى نظرية تقول : « **ان التليفزيون العربى فى استطاعته أن يغطى الرقعة العربية كلها الممتدة من العراق الى المغرب** » ٠

وكل هذه النظريات تستند أساسا الى العلم التطبيقى وهى سهلة يسيرة فى مجال الاعلام والدعاية ٠

لذلك ، فان الأبحاث الخاصة بهذا العلم فى مجالات الاتصالات اللاسلكية والاذاعية والتليفزيونية والصحفية ، تصل دائما الى نتائج محددة والى مبادىء ثابتة لا تحتمل التفسير أو التأويل ، فأساسها العلمى يمكن رجال الاعلام والقانون والسياسة من الوصول الى مبادىء ونظريات أساسية ، فهناك مبادىء مقررة فى توزيع الموجات الاذاعية مثلا ، ولكن ليس هناك مبدأ مقرر ومعترف به دوليا بشأن توجيه اذاعات من دولة الى أخرى • ورغم ذلك فان رجال القانون الدولى حاولوا ولا زالوا يحاولون وضع مبادىء أساسية للاذاعات الموجهة من دولة الى دولة أخرى •

كما أن مؤتمرات الصحافة الدولية وصلت الى مقررات أساسية عن مبادىء الشرف الصحفى ، واعتبرت اختلاق الأكاذيب والتحريض على الحرب واثارة النزعات الدينية والعنصرية أمرا يتنافى مع مبادىء الشرف الصحفى • وأصبحت هذه المبادىء من التقاليد الصحفية التى تفسر شرف المهنة ، ولو أنها لم تأخذ الشكل التطبيقى فى كل الحالات •

ورغم عدم تطبيق مبادىء الشرف الصحفى التى اتفق عليها فى مؤتمرات دولية ، وساندتها عصبة الأمم ، ثم وقفت الى جانبها الأمم المتحدة ، فان النظرية السائدة فى مجال العرف الصحفى الدولى هى ما وصل اليه الصحفيون أنفسهم من اعتبار أن الشرف الصحفى يسقط اذا روج للأكاذيب التى تؤدى الى اثارة الحروب أو المنازعات أو تحقير الدين أو العنصر أو اللون •

ولكن علماء الاعلام والدعاية ينظرون نظرة أخرى ، وهى : هل يعتبر العمل الصحفى الذى يؤدى الى اثارة الحروب مثلا جريمة ؟ • وبمنطق القانون الدولى يرى هؤلاء العلماء أنه يجب أولا اعتبار الحروب ذاتها جريمة قبل أن نعتبر الذين يحرضون على اثارتها مجرمين •

وفى محاكمات نورمبرج الشهيرة لمجرمى الحرب من رجال النازى ، لم يفرق القضاء بين الذين مارسوا الحرب وبين الذين حرضوا عليها ، واعتبرهم جميعا شركاء فى الجريمة •

ان تجارب البشرية فى الاعلام والدعاية كثيرة ، ولكل تجربة ظروفها التاريخية ، وظروفها السياسية • ولذلك فاننا نرى أن هذه التجارب التى نستخلص منها النظريات ، وأن النظريات التى نضعها موضع التنفيذ ساعة التجربة ، يجب أن تدرس بعناية ودقة ، لأن اختلاف الظروف يحتم نقض النظرية الاعلامية أو الدعائية التى طبقت فى ظروف أخرى •

وليس معنى هذا أن المبادىء الأساسية لعلم الاعلام والدعاية مبادىء متغيرة . فهذا منطق بعيد عن العلم والواقع ، لأن رجل الاعلام شأنه شأن الطبيب يعالج موضوعات بعلمه ، ويتصرف فى الموضوع طبقا لظروفه ٠

ان الجراح الذى يجرى عشرات العمليات ، يقوم بعمله على أساس علمه ، ولكنه فى كل حالة ـ ولو تشابهت الحالات ـ يتصرف تصرفات خاصة قد تصل الى حد الفن لا الى حد العلم ، ولذلك اشتهر عن كبار الجراحين أن أصابعهم موسيقية كعازفى البيانو ٠ وقد تكون الابتسامة أو ظهور البشر والسرور على وجه الطبيب من العوامل الاساسية فى نجاحه كجراح ٠

واذا كان هذا يحدث فى علم تجريبى تطبيقى له قواعده الراسخة وأصوله الواضحة ، فان علم الاعلام والدعاية لا بد وأن يشتمل على قدر أكبر من الفن ٠ وهذا القدر من الفن الذى يحقق لعلم الاعلام والدعاية الوصول الى أهدافه ، تزداد رقعته اتساعا كلما كثرت التجارب ، ويزداد العارف به معرفة كلما أمعن النظر فى هذه التجارب ٠

ويجب أن نوضح حقيقة أساسية فى مفهوم التعرف على التجارب الاعلامية والدعائية ، هى أننا لا نعرفها كى نقلدها ، بل اننا نعرفها لكى نعلم حقائقهـا وظروفها ٠ وان أخطر ما يمكن أن يتعرض له رجل الاعلام هو التقليد والمحاكاة فاننا نتعلم ونتفهم من تجارب الآخرين ، ولكننا لا نقلدهم ٠ ونحن نعرف مواطن الصواب والخطأ من التجارب السابقة داخل اطار ظروفها ، ولكن نجاح تجربة اعلامية أو دعائية فى ظروف معينة وفى بيئة معينة ليس معناه أنها مؤكدة النجاح دائما وفى كل الظروف والبيئات ٠

ان خلاصة التجارب الناجحة وصلت بنا الى نظريات فى الاعلام والدعاية ٠ وهذه النظريات هى أسس ومبادىء وقواعد ، ولكن تطبيقها يصبح شيئا آخر ٠

فلئن كانت النظرية الأساسية فى الاعلام هى ، مثلا ، أن نقول الحق دائما ، فان هناك وسائل متعددة لتوصيل كلمة الحق الى الجماهير ، وهذه الوسائل ترتبط بظروف وأحوال كثيرة ٠

ان الظروف النفسية والاجتماعية والبيئية تتحكم دائما فى التعبير عن كلمة الحق ٠ وهى أساس راسخ لعلم الاعلام منذ كانت الكلمة ، فهناك أسلوب التدرج من أجل الوصول الى كلمة الحق ، وهو الأسلوب المثالى فى الوصول الى الجماهير ٠ ولذلك أصبحت نظرية توصيل المعلومات عن طريق التدرج من النظريات الأساسية

فى الاعلام • وكان هذا نتيجة حتمية لتجارب سابقة فى ظروف نفسية واجتماعية متشابهة ، لأن الانسان بطبيعته لا يحتمل الصدمة النفسية وقد يغضب أو يثور أو يرتكب أفعالا حمقاء اذا واجهته مواجهة مباشرة بالصدمة النفسية •

وكان من آيات ذلك ما أنزله القرآن الكريم على النبى صلى الله عليه وسلم فى موضوع الخمر ، فقد بدأ بتحريم الخمر أثناء الصلاة ثم وصل الى تحريمها تحريما قاطعا • وهذا هو أسلوب التدرج • فلو نزلت آية التحريم أولا لأحدثت صدمة نفسية عند الكبراء من الصحابة الذين خرجوا من الجاهلية الى الاسلام وكانوا يشربون الخمر ، ولكن أسلوب التدرج جذبهم بلطف الى المبدأ الاسلامى فى تحريم الخمر •

وهذه النظرية طبقها صلاح الدين الأيوبى عند ما حكم مصر وأراد استبعاد المذهب الفاطمى ، واعداد الشعب للمذهب السنى ، فانه أغلق الجامع الأزهر باعتباره معقل الفاطميين ومذهبهم ، ولكنه فتح كل المساجد وأعد فيها مكتبات للكتب التى تشرح مذهب السنة ، بينما حجب كتب الفاطميين عن العلماء • وخلال فترة قصيرة تحول الناس من مذهب الفاطميين الى المذهب السنى ، واستطاع بطريقة التدرج أن يستأثر بمشاعر المصريين وأن يقود معاركه التى انتهت باسترداد القدس من الافرنج ، وقد قام بهذه الأعمال بعد حقبة كانت الدعاية الفاطمية خلالها قد وصلت الى ذروتها ، وكان من وظائف الدولة الفاطمية وظيفة « داعى الدعاة » الذى كان يجمع حوله فى كل مدينة أو قرية دعاة لهم الصفة الدينية المؤثرة فى أفكار الجماهير سياسيا ، حتى أصبحت العقيدة الفاطمية فى مصر عقيدة دينية لها خطرها ، ووصل الأمر بالحاكم بأمر الله الفاطمى أن جن جنونه فادعى الالوهية وهو حاكم سياسى •

فى هذه الظروف الصعبة ، أزال صلاح الدين الأيوبى الأفكار الفاطمية من مصر ، عن طريق النظرية الاعلامية •• نظرية التدرج • ولم يلبث صلاح الدين أن اتخذ لنفسه نظرية فى الدعاية والاعلام ، هى نظرية « القائد الذى لا يغلب » • ثم بدأ الشعراء والكتاب يتحدثون عن استعادة المسجد الاقصى من أيدى الافرنج • فقد أضاع الفاطميون القدس الشريف ـ وفيه الصخرة والمسجد الأقصى ـ تحت شعارات دينية ، وكان لابد من مواجهتها بشعارات دينية أخرى •

والنظرية هنا صحيحة ، فان الذى أغلق الجامع الأزهر بصفة مؤقتة وبدد كتب مذهب الفاطميين ، هو القائد الذى سيستعيد المسجد الاقصى •

وتجمعت الجماهير تحت لواء صلاح الدين من أجل استرداد بيت المقدس . وتجح فى صنع النغمة الصحيحة ، وأصبحت نبرة الشعر ابتداء من صنعاء حتى دمشق والقاهرة نبرة واحدة تغنى من أجل استعادة القدس . وتحققت الوحدة الفكرية مع وحدة الدولة ، وانتصر صلاح الدين فلم تسكره خمر النصر ، ولكنه علم الافرنج معنى الانسانية ، فعالج طبيبه الخاص « رتشارد قلب الأسد » عدوه المهزوم فى الحرب . وبذلك وضع نظرية أخرى فى الاعلام والدعاية هى « **أن تكون انسانا مع عدوك** » ووضع أساس القانون الدولى فى معاملة أسرى الحرب .

ان هذا يلفتنا الى مبادىء الاعلام والدعاية فى الداخل وفى الخارج . ويجب أن نتذكر ان صلاح الدين اتخذ لدولته جهاز اعلام ودعاية على أرقى مستوى . فقد كان وزيره «القاضى الفاضل» يقوم بهذه الأعمال على خير وجه فى الداخل والخارج . فكانت الأخبار تصل الى السلطان ساعة حدوثها عن طريق الحمام الزاجل ، وقد وصف « القاضى الفاضل » هذا الحمام وصفا لطيفـا حين قال ان هذه الطيور ملائكة الملوك .

وكان من عادة الوزير «القاضى الفاضل» أن يتنقل مع السلطان صلاح الدين فى كل مواقعه ، ويلازمه دائما ، ويصدر المنشورات والأخبار من خيمته فى المعارك .

ولا شك فى أن استجابة السلطان لوزيره « القاضى الفاضل » أذاعت شهرة صلاح الدين فى العالم الاوروبى فى ذلك الوقت وحتى اليوم ، فان التصرفات التى كان يقوم بها السلطان ذاعت فى الدنيا وعرفت فى أقاصى الأرض عن طريق الدعاية والاعلام . وهذا يوضح لنا نظرية فى الاعلام والدعاية على جانب عظيم من الأهمية ، وهذه النظرية أساسها انسانى ، فان الدعاية للمبادىء الانسانية لصـلاح الدين بقيت فى ضمير الشـعوب حتى فى ضمير أولئك الذين انتصر عليهم صلاح الدين .

وخلاصة هذه النظرية من وجهة النظر الاعلامية هى أن العنصر الانسانى أساس راسخ فى الدعاية والاعلام .

ماذا كسب هتلر من أفران الغاز وقتل البشر واقامة معسكرات التعذيب ؟

وماذا كسب صلاح الدين من معاملة الأسرى بالحنان والعطف ؟ ومن تطبيب عدوه الأسير « رتشارد قلب الأسد » ؟

ان البشرية لا زالت تذكر انسانية صلاح الدين ، ولا زالت تتذكر أيضا وحشية أدولف هتلر ٠

ولسبت أريد أن أبتعد عن الهدف الذى كتبت من أجله هذا الكتاب ٠ فلئن كانت النزعات الانسانية قد غلبتنى فى تصـوير الاعلام والدعاية ، فان هذه النزعات يجب أن تشغل عقل وعاطفة الذين يدرسون الاعلام أو يمارسون الاعلام ٠

ان الدعامة العلمية التى أردت أن أقدمها للقارىء العربى فى دراسة الاعلام والدعايه ، ليست بعيدة عن هذا التصور الانسانى ، بل هى جوهر هذا التصور ، حتى فى خيالاته ومعطياته وتشوقه للحقيقة ٠

وماذا يكون علم الدعاية والاعلام بغير تصور انسانى ؟

وما قيمة النظريات والتجارب بغير هدف انسانى ؟

ان الانسان هو هدف الدعاية والاعلام ، والاسان أيضا هو الذى يمارس الاعلام والدعاية ٠ والعلم الذى نحاول وضع قواعده هو علم انسانى ٠

اننى أعتقد بعد تجربة طويلة ، وبعد دراسات وقراءات ومناقشات ، أن أعظم شىء عند الانسان هو الكلمة ، منطوقة ومكتوبة ومصورة ومنحوتة ومنغمة ٠ والكلمة هى وسيلة الاعلام والدعاية ٠

ومادامت الكلمة هى الحقيقة ، فان هذا العلم حقيقة ٠٠٠ وعلينا دائما أن نبحث عن الحقيقة لنصل الى العلم عن طريق الكلمة ٠

« دكتور محمد عبد القادر حاتم »

القســم الأول

استعراض تاريخى للاعلام والدعاية

- الاعــلام ، قديمــا وحديثـا
- العلاقات العامة ، قديما وحديثا
- الدعاية ، قديمــا وحديثــا

الفصل الأول

الاعلام قديما ... وحديثا

على الرغم من أن الاعلام بشكله الراهن ، يمثل ظاهرة من ظواهر القرن العشرين ، فان جذور الاعلام ضاربة فى أعماق الماضى البعيد ، حتى ليمكن أن يقال ان العصور البدائية وعصور فجر التاريخ ، والعصور الوسيطة ، ثم العصور الحديثة ، قد شهدت أشكالا مختلفة متباينة من أشكال الاعلام .

(١) فى العصور البدائية

عرفت القبائل البدائية ثلاثة أشكال من الاعلام هى :

أولا : الاعلام المتمثل فى المراقب المكلف باستطلاع حالة الطقس لمعرفة ما اذا كان يسمح بالعمل أو لا يسمح ، وما اذا كانت الكوارث الطبيعية توشك أن تقع أم لا . وكان هذا المراقب يعود الى عشيرته ليزودها بالأنباء والمعلومات المتعلقة بمهمته .

ثانيا : الاعلام المتمثل فى الرجل الحكيم الذى كان يستشار فى الأمور الهامة المتعلقة بحياة العشيرة ومصالحها . فهذا الرجل الحكيم كان يزود عشيرته بالآراء الصائبة والحلول العملية لمشكلاتهم .

ثالثا : الاعلام المتمثل فى الرجل المعلم الذى يتولى تنشئة الأطفال ليجعل منهم أفرادا صالحين يحافظون على عادات وتقاليد وقيم عشيرتهم .

وهكذا نجد أن الاعلام قديم قدم الانسان ، موغل فى الزمن ، ودائم ما دام هناك اجتماع والتقاء بين الانسان وأخيه الانسان .

وقد كان للاعلام أهمية كبرى فى العصور القديمة ، وان اختلفت أساليبه عن أساليب الاعلام فى العصر الحديث ، وكان الاعلام يستخدم فى العصور القديمة فى أغلب الأحيان لاستتباب الحكم الداخلى فى كثير من البلاد ، كما أنه كان عاملا هاما لنشر السلام ، وتجنيب البشرية شر الحروب .

(٢) فى عصور فجر التاريخ

كذلك عرفت عصور فجر التاريخ شكلا ما أو آخر من أشكال الاعلام . ويشرح المؤرخون كيف أن ملوك وكهنة العصور الأولى كانوا يهتمون اهتماما بالغا بالتأثير على اتباعهم عن طريق تزويدهم بمعلومات وأنباء تحببهم فيهم .

الفراعنة :

وكان ملوك مصر القديمة بالذات يتقنون فنون الاعلام بالقدر الذى سمحت به ظروفهم وامكاناتهم . فمثلا ، حينما وحد الملك « مينا » قطر مصر فى مملكة واحدة ، عمد الى تحويل مجرى النيل حتى ينفسح المجال لاقامة مدينة تتوسط القطرين . وليس ثمة شك فى أن هذا الحدث الهام قد جذب انتباه الناس وجعلهم يربطون بينه وبين حكم الملك « مينا » للمملكة المصرية الموحدة .

وفضلا عن ذلك ، فان ملوك مصر القديمة كانوا يهتمون اهتماما كبيرا بالمناسبات الهامة كالأعياد والاحتفالات الدينية ، وانشاء القناطر والكبارى ، وشق الترع والقنوات ، واقامة الأسواق ، وجنى المحاصيل الزراعية ، وغير ذلك من المناسبات ، فكانوا يشاركون الشعب أفراحهم بأن يتصدروا مواكب من الكهنة ورجال الحكم وقد ارتدوا جميعا أزياء خاصة تثير فى نفوس الناس انطباعات معينة تؤدى الى الشعور بالاعجاب بهؤلاء الملوك والانصياع لأوامرهم .

بل ان ملوك مصر القديمة كانوا يسجلون القوانين المتعلقة بالضرائب والرى ، واجراءات التقاضى ، والعقوبات ، وما شاكل ذلك من أمور . وتحفل أوراق البردى التى خلفها الفراعنة وراءهم ، كما تحفل النقوش التى تزين جدران المعابد القديمة بمعلومات واشارات هامة يمكن وصفها بأنها أشكال متقدمة نسبيا من الاعلام . فمثلا تحتوى احدى البرديات على تعليمات موجهة الى الشعب بشأن العلاقة التى ينبغى أن تنشأ بين الشعب وكبار رجال الدولة ، الذين يبعث بهم ملوك مصر لتفقد أحوال الناس والتفتيش على الموظفين الذين يديرون المرافق العامة . كذلك كان الموظفون الذين يشغلون مناصب ادارية هامة يكلفون باخطار كبار رجال الدولة بما يصل اليهم من أنباء ومعلومات . كذلك تسجل بردية أخرى تعليمات وأوامر تتعلق بتحذير الشعب من الدعارة وسوء السلوك ، وتحدد العقاب لمن يخالف هذه الأوامر والتعليمات ، كما تشرح الوسائل الكفيلة بالقضاء على أمثال هذه الأمراض الاجتماعية الخطيرة .

كذلك أقام الفراعنــة الأهرام وشيدوا المعــابد الضخمة ، لا للاحتفاظ بجثثهم والقيام بمراسمهم الدينية فحسب .. بل ليسطروا على جدرانها أيضا آيات انتصاراتهم فى الحروب(١) .

وأقطع دليل على أن الآثار الضخمة الفخمة لم تكن من وحى العقائد وحدها ، ولا من بدع الطقوس الدينية دون غيرها هو المسلة المصرية التى تجردت عن أن تكون قبرا لملك محبوب يحفظ جثمانه الى يوم يبعثون ، وعن أن تكون رمزا لاله معبود تقديسا له ، أو قربانا اليه وهما الأمران اللذان يرتسمان فى الذهن عند ما ننظر الى الاهرام الكبرى ، أو المعابد العظمى .

فالمسلة بشكلها المعروف ليست سوى شاخص يلفت الأنظار حفرت عليه لمحات تاريخية جليلة وسجلت عليه مفاخر حضارة قومية .

والنظر الى المسلة يذكرنا بشاهد القبر الذى ينصب للدلالة عليه مع فارق واحد هو الحجم وقد عرف شاهد القبر فى جميع أقطار الأرض من الصين الى أقصى اسكنديناوة الى جوف الكونغو .

فتجرد المسلة عن المسحة الدينية وتجردها عن صورة صيانة الجثمان يثبت دون أى ريب أن الغرض منها هو الاعلام .

واذا كان الأمر كذلك فلم لا تكون كذلك أيضا جــدران المعابد والهيــاكل وقمم الأهرام والتماثيل الضخمة المنصوبة على « مجرى النيل » من أقصى النوبة الى أدنى الدلتا ؟

وكان الغرض الأساسى لتعلم قدماء المصريين هو تسجيل السنين ثم تدوين أعمال الحكومة والافراد .. ولذلك لجأوا فى أول الأمر الى علامات تصويرية ، ولكن وجدوا أن هذه العلامات غير محددة بالضبط وانما يمكن التعبير عن معنى الصورة بطرق متعددة ، وجاء الوقت الذى أصبح فى الــكتابة المصرية أكثر من ســتمائة علامة تعلمها الكتاب المصريون ، ولم يأت القرن الثالث والثلاثون قبل الميلاد حتى احتوت الأبجدية المصرية على ٢٤ حرفا وهى أقدم أبجدية عرفها الانسان .

---

(١) «The Conquest of Civilization», by: James Breasted.

ترجمه للعربية الدكتور احمد فخرى ـ صفحة ٩٠ ـ عام ١٩٥٨ ، كتاب « انتصار الحضارة » المؤلف : جيمس هنرى برستيد .

وكان حل رموز الهيروغليفية المصرية بمثابة فتح صفحة جديدة فى تاريخ العالم ، كذلك كان حل رموز المسمارية الأشورية البابلية فصلا جديدا من فصول حل رموز العالم القديم(١) ٠

وبعد أن خطا المصريون بعد اختراعهم الكتابة خطوة أخرى وايجاد الوسيلة التى تساعدهم على الانتفاع بها توصلوا الى طريقة عمل البراد أو أى ألوان أخرى بوضع قليل من الصمغ فى الماء ثم يغلونه على النار ، ثم وجدوا أنهم اذا شقوا نوعا خاصا من النباتات التى تنبت على حافة النهر فى المستنقعات وهو نبات البردى الى فلقات صغيرة لأمكن الكتابة عليه فى يسر وأدركوا أن استعمال البردى أسهل فى الحمل من قطع الفخار والخشب والحجر التى كانوا يستعملونها من قبل . وكان هذا البردى لا يمزق بسهولة ، أما لونه فكان شبيهـا باللون الأبيض أو الأصفر الفاتح اللون ٠ وباختصار فان المصرى القديم اكتشف القلم والحبر والورق(٢) ٠

وكان للقلم والورق والحبر والحروف الفضل فى تسجيل تاريخ الفراعنة العظيم على أوراق البردى وهذا مما لا شك فيه وسيلة هامة من وسائل الاعلام ٠

بل اننا نجد التاريخ يروى لنا أن الفراعنة عرفوا الصحافة من سبعة وثلاثين قرنا خلت وكانوا يدونونها على أوراق البردى للدعاية وهذه الأوراق كانت بمثابة الصحف فى عصرنا(٣) فظهرت عندهم جريدة « القصر » وهى الجريدة الهزلية التى تحدث عنها المؤرخ المعروف هيرودوت وقد كانت هذه الجريدة تتناول تصرفات وأعمال الملوك والفراعنة وكان الغرض من هذه الصحيفة ابقاء الشعب مواليا للفراعنة حتى يستتب حكمهم فى البلاد ٠

العصر اليونانى :

وكان الاعلام فى العصر اليونانى يتمثل فى خطابة الخطباء السياسيين وفى الملاحم التى تروى بطولات الحروب فى شعر حماسى ، كالياذة هوميروس ٠٠

---

(١) المرجع : كتاب « التاريخ العربى القديم » تاليف : « دتليت نيلسن ، فرتز هومل ، ل٠ رودوكاناكيس ، ادولف جرومان ٠ ترجمة : الدكتور فؤاد حسنين على ص ٢٦ ، ٢٧ القاهرة عام ١٩٥٨ ٠

(٢) «The Conquest of Civilization», by : James Breasted.

صفحة ٨٠ عام ١٩٥٨ ـ نقله الى العربية الدكتور احمد فخرى ٠

(٣) المرجع : كتاب « الراى العام والدعاية » تاليف الدكتور حسنين عبد القادر ص ٨٧ عام ١٩٥٧ ٠

ويحتوى كتاب الجمهورية[١] الذى وضعه أفلاطون على تعليمات تفصيلية حول ما ينبغى وما لا ينبغى أن يقال للأهالى صغارهم وكبارهم على السواء فى دولة مدينته المثالية Ideal State والغرض من هذه التعليمات هو ابقاؤهم على الولاء لنظام الحكم وحكامه الفلاسفة Philosopher-rulers وأهمية هذا بالطبع هى أن الاعلام وسيلة هامة لاستتباب الحكم الداخلى ، بل ان أفلاطون كان ينظر الى الخطابة كفن اقنـــاع ضرورى لرجل الدولة يلزم أن يتعلمه ضمن السياسة ·

السفسطائيون[٢] :

(ظهرت هذه الجماعة فى أثينا فى النصف الثانى من القرن الخامس ق·م·) وهم جمـاعة من المعلمين المتنقلين الذين كانوا يقومون بتعليم فنون البيـــان والخطابة وطرق الجدل وكل هذه من أساليب التأثير على الجماهير ·

وقد حاربهم الفيلســوف سقراط لأنهم عمـدوا الى المغالطة فى النقاش والخطابة وكان غرضهم الربح من الخطابة ، وكانوا يمجدون القوة والغلبة ويدخلون فى نفوس الجماهير أن الحق هو ما يريده القوى ، كما كانوا يتشككون فى القيم الأخلاقية ·

وقال سقراط « كانت الخطابة صاحبة الأمر فى الجمهوريات القديمة فقد كان كل شيء فى أيدى الشعب وكان الشعب فى أيدى الخطباء[٣] » ·

أما « أرسطو » فان كتاب « البلاغة » الذى وضعه يعتبر أول كتاب فى « دعاية الاغراء » ، وهى الدعاية القائمة على الحديث والخطابة[٤] ·

---

(١) المرجع : كتاب « رجل الدولة » حوار لأفلاطون ـ نقله الى المصرية الدكتور اديب منصور ص ١٣٠ عام ١٩٥٩ ·

(٢) المرجع : كتاب « سقراط » للدكتور بهنسى ص ٥٩ ، طنجة ·

(٣) المرجع : كتاب « الوجيز فى النظريات والأنظمة السياسية » للدكتور عبد الحميد متولى ص ٣٤ طبعة عام ١٩٥٩ ·

(٤) «Propaganda» by : Lindley Frazer, P. 17, London 1957.

المرجع : كتاب « الدعاية » تأليف لندل فريزر صفحة ١٧ ـ لندن ـ عام ١٩٥٧ ·

ويعد هذا الكتاب حتى اليوم دراسة كلاسيكية للدعاية الكلامية كأسلوب فنى من أساليب الدعاية · وقد جاء فى كتاب « لنيدلى فريزر » عن كتاب « البلاغة » الذى وضعه « أرسطو » ما يلى :

« ان أرسطو يعود بنا الى الأرض من جديد ، فهو فى كتابه « الخطابة » يهيىء لنا أول كتاب عن نوع معين من الدعاية ، وتلك هى دعاية الاستهواء بطرق الكلام والخطابة · وما زال هذا الكتاب يعد دراسة منهجية للدعاية الكلامية من ناحيتها الفنية » ·

ولقد كان كل شىء عند الاغريق مرتبطا بالشعب ، وان قوة الشعب تتوقف على الخطابة ولذلك يجب على الحكام أن يجيدوا الخطابة حتى يتم استتباب الحكم لهم.

أما الندوات الحولية (السنوية) التى كانت معروفة فى بلاد عديدة كاليونان التى كانت تعقد دورة الألعاب الرياضية فى جبل أوليمبوس ، فقد كانت نوعا من الاعلام ·

العصر الرومانى :

واذا عدنا الى العصر الرومانى لوجدنا فى صدر عهد الامبراطورية الرومانية نوعا جديدا من الاعلام ، وهو رسالة المبشرين المسيحيين الأوائل(١) ، وكان نشاط المرسلين وأتباعهم الذى يتمثل فى الخروج الى البلاد والتبشير بالانجيل من خطوات التطور البالغة الأهمية فى تاريخ الاعلام · ولا شك أن هذا الاعلام الدينى يعتبر وسيلة هامة للسلام واجتناب الحروب فى ذلك الوقت ·

وكانت تصدر صحيفة الحوادث اليومية(٢) Acta Diurna فى أيام يوليوس قيصر محتوية على الكثير من الأخبار المتنوعة ومنها الأنباء السياسية بصفة خاصة .

ونحن كلما رجعنا الى الوراء فى صفحات التاريخ وجدنا فيها سطورا ناطقة بوجود اعلام حتى قبل ظهور وسائله الحديثة مثل الاذاعة والصحافة ، فكانت له

---

(١) يقال عن المبشرين المسيحيين «Christian Missionaries» وعملهم كما قيل بالنص الحرفى : (Going out into all lands and preaching Gospel)
والمرجع : كتاب « الدعاية » «Propaganda» المؤلف : لندلى فريزر ص ١٧ ·

(٢) المرجع : كتاب « الدعاية » تاليف : لندلى فريزر ص ١٨ ·

وسائل أبسط من هذه مثل القصائد الرنانة والخطب الطنانة ، بل كان الاعلام موجودا وفعالا بأسلوب حضارى صامت يتجلى فى انتقال الحضارات بين الأقطار المختلفة مع الجيوش الفاتحة ٠

وبيان ذلك أن الفاتحين والغزاة رغبة منهم فى استتباب الحكم لهم كانوا يجلبون معهم منتجات بلادهم الممتازة من شتى الصناعات والفنون كالمنسوجات المزركشة والتحف المنقوشة ذات الطراز القومى حتى الاغانى والموسيقى كانت تترسب فى الاقطار المفتوحة ٠

والعامل الأساسى فى انتقال هذه النماذج والطرز الفنية كان فى مبدأ الأمر معبرا عن رقى الدولة وتفوقها ويهدف الى احتفاظها بالسيطرة والى استتباب الحكم لها فى الأقطار المفتوحة ، ثم استخدام هذه الأشياء للاعلام والدعاية ٠

(٣) فى العصور الاسلامية

أما فى الجزيرة العربية فقد اشتهرت سوق عكاظ ، ففى سوق عكاظ كانت القبائل العربية ترسل أبلغ شعرائها اعلاما عن فصاحتها وحصافتها وقوة بيانها وكان الفخر كل الفخر للقبيلة التى يفوز شعراؤها وخطباؤها بالقدح المعلى ، لا سيما اذا نالت قصيدة أحدهم شرف التعليق على الكعبة فى عداد المعلقات المشهورة المأثورة ، فكل تلك الندوات لم تكن فى الحقيقة الا وجوه النشاط الاعلامى التى سجلها التاريخ قبل أن يتبلور الاعلام بعد قرون طويلة فيصير علما هاما من علوم المجتمع الانسانى ٠

وكان للكتابة أكبر الأثر فى حفظ التراث الذى يعد اعلاما جيدا مع أن تدوين الحديث لم يكن شائعا فى فجر الاسلام ، ولم يوضع له نظام خاص لتدوينه كالذى وضع للقرآن ٠

ونشأ عن هذا أنه بعد وفاة رسول الله صلى الله عليه وسلم سجل كتاب مدون هو القرآن وأحاديث غير مدونة تروى عن رسول الله ، وكانت تروى فى الغالب من الذاكرة لا من صحيفة ٠

فكان اذا عرض حادث ليس له حكم فى القرآن وعرف بعض الصحابة أنه حدث نظيره لرسول الله وكان له فيه حكم حدث بذلك الحديث ، وكذلك كانوا يحدثون بما وقع فى عهده من غزوات ومن وعد ووعيد ونحو ذلك ٠

وكان بعض الصحابة يكره كثرة الرواية عن رسول الله خشية الكذب عليه وخشية أن يصدهم ذلك عن القرآن(١) ٠

وتاريخ الحضارة الاسلامية يذكر أيضا قوة الدعوة فى خطاب الرسول الى المقوقس عظيم القبط لاعتناق الاسلام وفى رسائله الى حكام البلدان المتاخمة للعرب كهرقل ملك الروم وغيره(٢) ٠

وان الآيات القرآنية التى أنزلها الله سبحانه وتعالى على لسان نبيه لتعطى مثالا واضحا لعناد قوم نوح بعد الحاحه عليهم بقبول دعوته :

« قال رب انى دعوت قومى ليلا ونهارا فلم يزدهم دعائى الا فرارا ، وانى كلما دعوتهم لتغفر لهم جعلوا أصابعهم فى آذانهم واستغشوا ثيابهم وأصروا واستكبروا استكبارا ، ثم انى دعوتهم جهارا ثم انى أعلنت لهم وأسررت لهم اسرارا »(٣) ٠

وان أقرب مثل تاريخى للحرب الباردة أو الحرب الكلامية التى تسبق غالب الحرب الحامية والقتال من هجوم أو دفاع يبدو فى الحرب التى دارت بين محمد صلى الله عليه وسلم وأنصاره من جهة وبين منكرى دعوته الاسلامية من جهة أخرى ٠

فعندما نزل الوحى المبين على النبى الأمين بالدعوة الى الدين الاسـلامى أصغى النبى الى هذا الأمر المنزل عليه من السماء وبدأ دعوته سرا ٠

كانت هذه الدعوة التوحيدية زلزلة لعقيدة الأوثان الراسخة فى نفوس العرب وكان عليه أن يوضح هذه الدعوة الجديدة ، وأن يدحض فى الوقت ذاته مزاعم الوثنية ، وحينما فعل ممتثلا لأمر ربه ومؤمنا برسـالته كان هذا بدء الاعلام ، فهو يبين وجهة النظر الاسلامية ، ويجادل بالحسنى ، أو بالتى هى أحسن ليكسب أنصارا ويفرق الملتفين حول الوثنية : « ادفع بالتى هى أحسن فاذا الذى بينك وبينه عداوة كأنه ولى حميم » ٠

---

(١) المرجع : كتاب « فجر الاسلام » تاليف احمد امين القاهرة ص ٢٠٩ ، ٢١٠ الطبعة السابعة ، عام ١٩٥٩ ٠

(٢) المرجع : كتاب « بحوث فى السياسة » المؤلف الدكتور احمد سويلم العمرى ، الطبعة الأولى صفحة ٣٤٧ ، عام ١٩٥٣ ٠

(٣) المرجع : القرآن الكريم — الآيات من ٥ الى ٨ من سورة (نوح) ٠

وهو حين مضى فى رسالته لم يقف خصومه منه موقفا سلميا بل رموه بالشاعرية الكاذبة تارة والجنون تارة أخرى ثم عرضوا عليه عروضا مختلفة ، ومنوه بالمال ، ولكنه لم يقبل لأن المبادىء لا يساوم عليها ٠

ولما لم يفلحوا قاوموا أنصاره بالاعراض والتعذيب والنفى حتى اضطر الى أن يهاجر أخيرا من مكة الى المدينة التى اتخذها مستقرا له ولاتباعه وصحابته ٠ أما هو فقد استعان عليهم بأمرين خطيرين :

أولهما ــ السيطرة الروحية على أتباعه والمؤمنين برسالته ، وتوجيههم وجهة النضال والصبر والايمان ٠

وأما الثانى ــ فهو التهوين من عقيدة الآخرين والسخرية من دينهم ومن آلهتهم المتمثلة فى أصنامهم ٠

وقد نجح فى الأمرين جميعا وانتهت خطة الاعلام بالظفر والنصر ٠

ولقد كان النبى صلى الله عليه وسلم حين هاجر الى المدينة ضيقا آسـفا لمنكرى عقيدته من سكان مكة الذين أكرهوه وأكرهوا أتباعه على الهجرة ، وكذلك كان أنصاره وصحابته الذين تركوا ملاعب صباهم ودورهم وأهليهم فرارا بدينهم وتمكينا لعقيدتهم . فكانت هذه الروح التى سيطرت على المهاجرين هى التى جعلتهم يظفرون بأعدائهم فى غزوة « بدر » الكبرى على قلتهم وكثرة عدد الآخرين كما يروى التاريخ الصادق ٠

كما حدد القرآن رسالة النبى بعبارات دقيقة تبين أن مهمته هى الموعظة والتذكير « فذكر انما أنت مذكر ، لست عليهم بمسيطر »[١] ويبين أن الدعوة الى القرآن يجب أن تؤدى من ألطف طريق ، « ادع الى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة ، وجادلهم بالتى هى أحسن »[٢] ٠

ومن العوامل التى أدت الى نجاح الدعوة المحمدية واكتساحها الدعوات الأخرى من الوثنية وغيرها عامل هام ، يتمثل فى أن هذه الدعوة كانت قريبة من نفوس العرب جلية فى أذهانهم ، وتتمثل كذلك فى بيان الداعية وبلاغته وقوة

---

(١) المرجع : القرآن الكريم ــ آية ٢١ من سورة (الغاشية) ٠

(٢) المرجع : القرآن الكريم ــ آية ١٢٥ من سورة (النحل) ٠

حجته وسلامة منطقه وتعرفه مشارب الانسان وتفهمه طبيعة الجماهير ، وهى أمور لها خطرها فى كل دعوة ٠٠ بل هى وسيلة هامة من وسائل الاعلام ٠

والمعروف مثلا أن موسى عليه السلام لم تكن أداة الكلام لديه مكتملة ، فالتمس من ربه أن يستعين بأخيه هارون حين قال :

« وأخى هارون هو أفصح منى لسانا فأرسله معى ردءاً يصدقنى انى أخاف أن يكذبون »(١) ٠

وهذا حق وصدق ، اذ كيف يتم ابلاغ الناس وافهامهم دعوة من الدعوات أو قضية من القضايا أو منهجا من المناهج أو سببا من أسباب الخصام والعداء ٠٠ الا اذا كان المبلغ بين المنطق واضح الحجة سليم البيان ؟

وفى هذا يقول أيضا :

« قال رب اشرح لى صدرى ويسر لى أمرى واحلل عقدة من لسانى يفقهوا قولى واجعل لى وزيرا من أهلى هارون أخى أشدد به أزرى »(٢) ٠

وقد جاءت فى القرآن الكريم آيات عديدة تبين عناد الكافرين مثل قوله سبحانه وتعالى :

« واذا قيل لهم لا تفسدوا فى الأرض قالوا انما نحن مصلحون ألا انهم هم المفسدون ، ولكن لا يشعرون »(٣) ٠

ومن العبارات الرنانة التى لا تبلى بمرور الزمن ، والتى أساسها الكلام أو الخطابة تلك العبارات التى وردت فى أول خطبة لأبى بكر الصديق بعد مبايعته بالخلافة اذ قال :

« أيها الناس لقد وليت عليكم ولست بخير منكم فان أحسنت فأعينونى وان أسأت فقومونى ، الضعيف منكم قوى عندى حتى أرد له حقه ان شاء الله ، والقوى منكم ضعيف عندى حتى آخذ الحق منه »(٤) ٠

---

(١) المرجع : القرآن الكريم — آية ٢٤ من سورة (القصص) ٠

(٢) المرجع : القرآن الكريم — الآيات من ٢٤ الى ٣٠ من سورة (طه) ٠

(٣) سورة (البقرة) ٠

(٤) المرجع : كتاب « بحوث فى السياسة » للدكتور احمد سويلم العمرى — ص ٣٥١ ٠ الطبعة الأولى عام ١٩٥٣ ٠

هذا ٠٠ والتاريخ الاسلامى وغيره حافل بوسائل الاعلام بحيث يمكن أن تفرد له رسالة خاصة فقد اشتمل هذا التاريخ على آلوان شتى من وسـائل الاعلام ، وهى تختلف باختلاف العصور التى ظهرت فيها واستخدمها ذوو الشأن فى الاعلام والدعوة لتثبيت حكمهم وتأييد ملكهم وجذب الرعية اليهم ٠

والذي يهمنا فى بحثنا هـذا أن النبى محمد عليه الصلاة والسلام كانت رسالته هى رسالة السلام ، ولو كان العالم اليوم قد اتبع ما أنزل من عند الله لاستتب الحكم فى أرجاء المعمورة ، ولرفرف السلام على ربوع العالم أجمع ٠

فاذا انتقلنا الى الحديث عن الخطابة فى عصر سيف الدولة وجدناها قد بعثت بعثا جديدا ، وكان امامها عبد الرحيم بن نباته الفارقى خطيب سيف الدولة ٠ ولعل للظروف التى عاشتها دولة الحمدانيين أثرا مباشرا فى ازدهار فن الخطابة ، ذلك أن هذا الفن يزدهر مع الحروب والنشاط السياسى والدعوات الجديدة ، ونرى هذا الوضع فى مطلع الرسالة الاسلامية حيث ازدهرت الخطابة ممثلة فى خطب النبى والخلفاء الراشدين وخاصة على بن أبى طالب الذى جمعت خطبه فى كتاب نهج البلاغة ولا زالت حتى الآن المورد العذب لكل من ينهل أدبا أو بلاغة عربية(١) ٠

الدعوة عند الفاطميين :

قامت الدولة الفاطمية(٢) على أسس مذهبية بحتة ، تتلخص فى أن آل بيت الرسول من على وفاطمة أحق الناس بزعامة المسلمين ، الا أن كثيرا من الرعايا السنيين لم يتفقوا معهم فى دعوتهم ٠ أضف الى ذلك عدم اغتباط جميع مفكرى الاسماعيلية بظهور العقل الكلى(٣) فى شخص الامام الفـاطمى ٠ فمن عقائد

---

(١) المرجع : كتاب « سيف الدولة الحمدانى » المؤلف الدكتور مصطفى الشكعة ، الطبعة الأولى ــ القاهرة ص ٢٠٨ عام ١٩٥٩ ٠

(٢) المرجع : كتاب « تاريخ الـدولة الفاطمية فى مصر ، وسـورية ، وبلاد المغرب » ٠ تأليف الدكتور حسن ابراهيم حسن ــ الطبعة الثانية ص ٢٢٦ ، القاهرة عام ١٩٥٨ ٠

(٣) يعتقد الاسماعيلية بنظرية الطول ، ويقولون ان العقل الكلى ٠٠ يمكن ان يحل فى اشخاص الأنبياء والرسل الذين يسميهم الاسماعيلية « النطقاء » فالناطق عندهم حلول للعقل الكلى ، ويرون أن آدم عقل كلى ، ومحمدا صلى الله عليه وسلم عقل كلى كذلك ، فيرون أن النفس الكلية تحل فى اشخاص الأئمة ، وان هاتين الصفتين ، النطق والامامة ، قد اجتمعتا فى الكلية ٠ ويتمتع عبد الله الامام المتورع ، بهذه الصفات ٠

الاسماعيلية حلول الله فى رؤسائهم ، فلما استقر عبيد الله المهدى فى بلاد المغرب ، وظهر بعد استتار ، رأى أن يقرر فى أذهان رعيته — على ما يقوله السنيون — كثيرا من مبادىء الاسماعيلية المتطرفة ، فاظهر التشييع ونشر بعض أمور تخالف قواعد الاسلام فى كثير من الأحيان ٠

وكان الفاطميون يقومون بالدعوة الى عقيدتهم الجديدة بوسائل أقرب الى الوسائل الحديثة فى نشر الدعاية السرية وكانت دعوتهم لاستتباب الحكم ، ولجلب الناس اليهم ، ولنشر السلام والوئام بينهم ، وبث الطمأنينة فى ربوع البلاد ٠

وقد انتهت الينا وثيقة رسمية هامة هى مرســوم فاطمى باقامة منصب خاص ، له وظيفة معينة متصل بالسلطان ويسمى شاغله باسم داعى الدعاة[١] ، وقد جاء فى تلك الوثيقة الرسمية بيان مقاصد الدعوة وواجبات الداعى ، وطرق تلقين الدعوة وشرح لعمل مجالس الحكمة الشهيرة التى اتخذتها الخلافة الفاطمية وسيلة لبث دعوتها المذهبية وكانت من خطط الخلافة الفاطمية ٠ وهذه المجالس فى رأينا أشبه بمعاهد الاستعلامات فى يومنا هذا الا أنها كانت ذات صفة سرية ، وكان مركز داعى الدعاة يشبه فى رأينا الآن مركز مدير الاستعلامات ٠

مرتبة داعى الدعاة[٢] :

ينتسب الفاطميون الى السيدة فاطمة الزهراء بنت النبى وزوج على بن أبى طالب وكانوا يرون أنهم أحق بالخلافة من غيرهم لأنهم أقرب الناس الى الرسول صلى الله عليه وسلم[٣] ٠

وقد بدأت الدعوة للفاطميين فى شمال أفريقيا على يد أبى عبد الله الشيعى كبير دعاتهم ، ولما نجحت الدعوة وصل عبيد الله المهدى أول الخلفاء الفاطميين وبويع بالخلافة فى القيروان سنة ٢٩٦ هـ / ٩٠٨ م ٠

---

(١) المرجع : كتاب « تاريخ التمدن الاسلامى » لجورجى زيدان ج ١ ص ١١٠ عام ١٩٣٩ ٠

(٢) كتاب : « ديوان المؤيد فى الدين » ، « داعى الدعاة » تقديم وتحقيق محمد كامل حسين ص : ٥٠ عام ١٩٤٩ ٠

(٣) المرجع : كتاب « حضارة مصر فى العصر الاسلامى » تاليف دكتور ابو الفتوح رضوان ، دكتور عبد الحميد السيد ، دكتور عبد الشافى غنيم ودكتور احمد صلاح الدين عبد الرحمن ، ص ٧٩ القاهرة ، عام ١٩٥٩ ٠

ولقد قال المقريزى « ... ووظيفة داعى الدعاة كانت من مفردات الدولة الفاطمية » . وقد صدق المقريزى فى هذا القول ، لأنى لا أكاد أعرف دولة من دول الاسلام كانت تفرد مرتبة خاصة لداعى الدعاة غير الدولة الفاطمية ، وان كان للعباسيين نقباء كانوا يدعون لهم ، كما قيل ان المعتزلة كان لهم بعض الدعاة فى الأقاليم ، ولكن العباسيين بعد أن صار اليهم الأمر لم يولوا أحدا مرتبة الدعوة ، ولم تكن المعتزلة بدولة لها حكومتها ، أما الفاطميون فهم الذين اهتموا بأمر الدعوة ووضعوا لها نظما وقواعد دقيقة لأن دولتهم انما قامت على أساس هذه النظم التى وضعوها للدعوة ، وأن هذه الدعوة ومرتبة داعى الدعاة من الأهمية التاريخية بمكان ، فكل الذين كتبوا عن الدولة الفاطمية من مستشرقين وغير مستشرقين أخذوا ما ذكره المقريزى والقلقشندى من « أن داعى الدعاة كان يلى قاضى القضاة فى الرتبة ويتزيا بزيه فى اللباس وغيره »(١) بينما نجد كتب الفاطميين ومن ورث دعوتهم تفرد فصولا طوالا عن الداعى والحدود التى وضعت لأجله .

وأخذ الفاطميون « لفظ الداعى » من القرآن الكريم « يا أيها النبى انا أرسلناك شاهدا ومبشرا ونذيرا وداعيا الى الله باذنه وسراجا منيرا »(٢) ، وأضاف الله تعالى الدعوة الى نفسه بقوله « له دعوة الحق »(٣) وقال تعالى « ادع الى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة »(٤) « وادع الى ربك انك لعلى هدى مستقيم »(٥) فمن هذه الآيات وغيرها أخذ الفاطميون هذا اللفظ الذى عدوه من الألفاظ الشريفة(٦) لأن الله تعالى سمى داعيا ، وقال الله تعالى على لسان نوح « ثم انى دعوتهم جهارا »(٧) . فالأنبياء فى الحقيقة ما هم الا دعاة من الله تعالى الى عباده .

ولقد اتخذ الفاطميون سياسة الترف واغداق النعم والعطايا على أبناء الشعب لتأليف قلوبهم ودعاية لهم أمام الأعداء ، كما استخدموا سلاح العلم

---

(١) « الخطط » للمقريزى ج ٢ ص ٢٢٧ وصبح الأعشى للقلقشندى ج ٢ ص ٤٨٧ .

(٢) سورة الأحزاب ٤٤ .

(٣) سورة الرعد ١٤ .

(٤) سورة النحل ١٢٥ .

(٥) سورة الحج ٦٧ .

(٦) الأزهار ج ٢ ص ١٠١ .

(٧) سورة نوح ٨ .

ومحاجاة أصحاب المذاهب والفرق الأخرى ، ونظموا دعاتهم تنظيما دقيقا حتى لا يخلو مجتمع فى العالم منهم ، واستقدموا جهابذة العلماء فى كل علم وفن ، وهيأوا لهم وسائل العيش الرغد ، حتى كانت مصر كعبة يؤمها العلماء من كل صوب حتى أولئك الذين كانوا يخالفون العقيدة الفاطمية ·· كل ذلك كان من وسائل الدعاية التى عرفت عن الفاطميين ، فلا غرابة أن يقبل كثير من الطامعين فى الثراء العاجل على اعتناق العقيدة والتقرب الى الخلفاء الفاطميين ، ولكن الشىء الذى يجب أن نسجله فى هذه العجالة أن العقيدة الفاطمية لم تنتشر بين المصريين بالرغم من المحاولات الكثيرة التى بذلها الفاطميون لحمل الشعب المصرى على اعتناق مذهبهم ، وهذا يدل على أن قوة مصر الكامنة لا تقبل الآراء الدخيلة التى لا تتفق مع مزاجهم وتقاليدهم(١) ·

وكانت الدعوة تسير على تسع مراحل مختلفة :

فالدعوة الأولى عبارة عن جس نبض المدعو ومعرفة ميوله ، فاذا كان شخصا يمكن أن يكون من الدعاة فانه يلقن الدعوة الثانية ، وهكذا حتى الدعوة التاسعة ·

ويكفى أن نذكر ما قاله المعز لدين الله عن هذه الدعوة لنعرف مدى نجاحها فقد قال : ما من جزيرة فى الأرض ، ولا اقليم الا ولنا فيه حجج ودعاة يدعون لنا ويأخذون تبعتنا ، ويذكرون رجعتنا وينشرون علمنا وينذرون بأسنا ويبشرون بأيامنا ، مع تصاريف اللغات واختلاف الألسن ، وفى كل جزيرة واقليم رجال يفهمون وعنهم يأخذون حسب قول الله عز وجل « وما أرسلنا من رسول الا بلسان قومه ليبين لهم » ·

وقد ألحق بالدعوة السرية عهد يؤخذ عند بدء الدعوة على المدعو كفالة بالاخلاص والكتمان وقد صيغ فى نصوص خطيرة رهيبة ·

ولا ريب أن الخلافة الفاطمية كانت ترمى ببث هذه الدعوة الى غاية سياسية أكثر منها دينية ، وهى أن يحشد المستنيرون والخاصة تحت لواء الخلافة الفاطمية ، وأن يجعلوا امامتها علما للزعامة الدينية فى العالم الاسلامى ، وأن يكونوا سفراءها لدى المؤمنين والعامة يحركونهم لتأييد كلمتها وتوطيد سلطانها وتنفيذ غايتها ـ

---

(١) المرجع : كتاب « الحياة الفكرية والأدبية بمصر من الفتح العربى حتى آخر الدولة الفاطمية » ص ١٤ ، ١٥ سنة ١٩٥٩ ـ القاهرة ·

تلك الغاية الحقيقية لتنظيم الدعوة السرية وبثها على هذا النحو واتخاذها أداة لغزو العقول عن طريق الدين والفلسفة الكلامية ، بيد أن هذه الدعوة المدهشة لم تكن جديدة فى الواقع ولم يبتدعها لا الفاطميون ولا الحاكم بأمر الله ، ولكنها اشتقت من الدعوة الباطنية ٠٠ أو الاسماعيلية السرية التى نظمت فى أواخر القرن الثانى فى جنوب فارس ، وأسفرت بادىء ذى بدىء عن ثورة القرامطة فى البحرين ثم غزت افريقيا بعد ذلك وأسفرت عن قيام الدولة الفاطمية فى أواخر القرن الثالث(١) ٠

ويجب ألا ننسى دعاة الدولة العباسية ٠ ولقد سبق أن أشرنا الى أنهم كانوا يهاجمون الفاطميين ٠ فقد جاء فى مقدمة ابن خلدون « ٠٠ وكانت أبواق الدولة العباسية يطعنون بالنسب الفاطمى(١) ، ويؤولون أعمال الحاكم الحسنة تأويلا سيئا فيقولون : منع النزهة على ضفاف النيل ، وقطع رزق المنجمين ، وهدم بيوتا ، وقتل كلابا وخنازير ، وأراق خمورا ، ونحى بعض الموظفين ، وقطع احسانه عن قوم عودهم الاحسان ، وجازى بعض التجار »(٢) ٠

(٤) فى العصور الوسيطة والانتقالية

كذلك عرفت أوروبا القديمة أشكالا مختلفة من الاعلام ، فالمنازعات والحروب الكثيرة التى كانت تنشب بين شعوب أوروبا القديمة فرضت على الحكام أن يستعينوا بشتى الوسائل التى تحقق لهم الانتصار على أعدائهم وخصومهم بما فى ذلك كسب ثقة الرأى العام ، بطبيعة الحال ٠ بل ان أوروبا القديمة كانت مسرحا لمنازعات دامية تنشب بين الحكام والمحكومين أنفسهم ٠ ففى القرن السابع عشر نشبت فى بريطانيا حرب أهلية أسفرت عن اعدام الملك « شارل الأول » فى سنة ١٦٤٥ ، كما نشبت ثورة أخرى أطاحت بعرش الملك « جيمس الثانى » فى سنة ١٦٨٨ ٠ وكانت هذه الحروب والثورات والمنازعات دليلا على عدم توافر الثقة بين الحكام والمحكومين ، لهذا كان لا بد من الأخذ بأشكال معينة من الاعلام مثل عقد الندوات والاجتماعات ، والقاء الخطب العامة ، وتبادل الأنباء والمعلومات ، وما شاكل ذلك من وسائل الاعلام ٠

---

(١) المرجع : كتاب « الحاكم بامر الله وأسرار الدعوة الفاطمية » ـ ج٠ ١٠ تاليف : محمد عنان ص ١٦٨ عام ١٩٣٧ ٠

(٢) انظر « مقدمة ابن خلدون » ص ٢١٦ وكتاب « الحاكم بأمر الله » لعنان — ص ١٣٣ ٠ وأيضا كتاب « الدروز ظاهرهم وباطنهم » ، تاليف محمد على الزغبى ، ص ٤٤ (بيروت عام ١٩٥٧) ٠

(٥) فى القرن الثامن عشر

وعندما أمكن اختراع آلة الطباعة ، بدأ هذا الاعلام يتخذ شكلا عصريا أو شبه عصرى . وفى العالم الجديد ، اهتم مؤسسو الدولة الأمريكية بالاعلام اهتماما بالغا نتيجة لاهتمامهم برصد وقياس الرأى العام . فمثلا كتب «جورج واشنطون» George Washington مؤسس الدولة الأمريكية يقول : « **فيما يتعلق بحكومة تعتمد فى مراحلها الأولى اعتمادا كبيرا على الرأى العام ، فان الحاجة تكون ماسة وضرورية لتوافر قدر كبير من التفهم الشامل الفاحص من جانب أولئك الذين يتولون مناصب ادارية**[١] » . كذلك كان « جورج واشنطون » يكلف عددا من أصدقائه المقيمين فى مناطق متفرقة بالولايات المتحدة والذين لا يشغلون مناصب حكومية ، بأن يزودوه بالأنباء والمعلومات المتعلقة بالأحوال فى المناطق التى يقيمون فيها ، فمثلا بعث « جورج واشنطون » فى ٢٦ يوليو سنة ١٧٨٩ بخطاب الى صديقه « دافيد ستيوارت » David Stuart الذى كان يقيم فى « فرجينيا » Virginia جاء فيه ما يلى : « أود أن أحاط علما ، عن طريق وسيط جيد من وسائط الاتصال ، بالرأى العام السائد بين الناس ، وبرأى هؤلاء الناس فى القوانين وفى شخصى وسلوكى ..»[٢] . كذلك كان « جورج واشنطون » يتعمد التأثير فى الرأى العام ، فمثلا عمد فى ١٦ يناير سنة ١٧٩٢ الى تكليف وزير الحرب بأن يذيع بيانا عن الحرب الهندية جاء فيه ما يلى : « **عندما يطلب الى المجتمع أن يسهم فى التخفيف عن آلام أولئك الذين يقاسون من جراء سلوك الأعداء ، يكون من المرغوب فيه أيضا أن يعمد أولئك الذين يشغلون مناصب ادارية الى تجنب ارتكاب الشر والاثم**[٣] » . كذلك عمد « جورج واشنطون » ووزير خارجيته « تيموثى بيكرنج » Timothy Pickering الى توزيع عشرة آلاف نسخة من كتاب « التعاليم الأمريكية » ، وذلك لتدعيم وتأييد سياستهما الموجهة ضد « فرنسا الثورة » سنة ١٧٩٨[٤] .

---

(١) George Washington, Writings (Fitzpatrick; edition) XXXI P. 83.

(٢) Ibid, XXX, P. 360.

(٣) Ibid, XXXI, P. 459.

(٤) Leonard D. White, « The Federalists, A Study in Administrative History » (New York: The Macmillan Co., 1956), pp. 106, 175 - 176, 482, 508.

على أن تاريخ القرن الثامن عشر يفيض بأمثلة كثيرة أخرى عن الاعلام وأثره فى نطاق الحرب والدبلوماسية واستتباب الحكم الداخلى وهى أمثلة تفقد معناها ، وقيمتها اذا قيلت على أنها مجرد سرد حوادث ، اذ الواقع أنه لا بد من تبيان وتفهم العوامل المختلفة فيهـا ، وكذلك لا بد من تقدير الموقف وقتئذ تقديرا يستند الى الحقائق ٠

ولا ريب أن من أهم وسائل الاعلام ظهور الصحف اليومية وتوزيعها على نطاق واسع ٠٠ وقد ظهرت الصحف فى انجلترا سنة ١٧٢٠ ، وفرنسا سنة ١٧٧٧ والولايات المتحدة الأمريكية سنة ١٧٨٩ ٠

وقد استخدمت فى القرن الثامن عشر الشعارات القوية من أجل السلام واستتباب الحكم وحب الوطن ٠ ومن هذه الشعارات « ان دينا يقرر ألا يعبد المواطنون جميعا الا الوطن ، والقانون لهو فى نظر العقلاء دين قيم ، وفى هذا الدين ينال من يموت من أجل الوطن المجد الأبدى والسعادة المقيمة(١) ٠

ونحن عندما نتكلم عن القرن الثامن عشر يلزم أن نذكر جريدة التيمس البريطانية ؛ ذلك أن جريدة التيمس The Times تعتبر فى تاريخ الصحافة أم الصحف فى العالم ، لا لأنها أقدمها ، فقد تكون فى العالم صحف أقدم منها ، بل لأنها صحيفة ذات تاريخ ، رسمت لنفسها سياسة ، ومنهاجا منـذ القرن الثامن عشر ، وبقيت الى الآن عند تلك السياسة لا تحيد عن خطوطها الرئيسية ٠

كما أن التاريخ السياسى يدلنا على أن الاعلام سـاعد على تحقيق اتحـاد الشعب الأمريكى فى حرب الاستقلال بعد أن كان مهددا بانفصال ما يقرب من ثلثه ، ولكن بالاعلام السليم هيأ تعبئة الشعب الأمريكى بأكمله ضد الاستعمار البريطانى ٠

كذلك حدثت فى القرن الثامن عشر ثورتان ٠ الأولى الثورة الأمريكية ، وقد لعب فيها « صمويل آدمز » Samuel Adams دورا هاما عن طريق الخطابة اذ أخذ يحرض أبناء وطنه فى بداية الحرب بخطبه النارية ، ثم استمر فى العمل على بقاء هذه الثورة ضد الاستعمار البريطانى ، ولا شك فى أن هـذا الدور

---

(١) المرجع : « كتاب المدينة الفاضلة » ٠ تاليف كارل بيكر Karl Beaker ترجمـة الاستاذ شفيق غربال ، صفحة ٢٤٦ ، عام ١٩٥٥ ٠

للاعلام فى حرب الاستقلال الأمريكى(١) ، دور رئيسى تاريخى باعتبـاره أداة لتحقيق الحرية وتقرير مصير الشعب الأمريكى واستتباب الحكم الوطنى ، لكى يسود السلام بين أبناء الوطن الواحد .

وحاول الاستعمار البريطانى منذ القدم أن يستخدم أبناء مستعمراته فى زيادة التوسع ، واشعال نار الحرب من أجل مصلحته غير أن الثورة الأمريكية وقوة دعوتها للاستقلال قضت على هذا الحلم .

والثورة الثانية ، فى القرن الثامن عشر التى لا بد من ذكرها ، هى الثورة الفرنسـية حيث عمد الكتـاب والفلاسـفة أمثال « فولتير » و « مونتسكيو » و « ديدرو » الى الاضطلاع بنصيب كبير فى التمهيد للثورة وتحقيق العبـارة الثورية المشهورة (الحرية والاخاء والمساواة) تلك العبـارة التى كان لها أكبر الأثر فى حياة الشعوب فيما بعد .

وفى رأينا أنه لو استمرت هذه العبارة نافذة المفعول واعتنقتها الشعوب والحكومات منذ ظهورها ما وجـدنا شعبا يحتل بلاد شعب آخر ، ولما وجـدنا الا استقرارا واستتبابا فى كل بلد فى العالم ، ولعم السلام العالمى .

(٦) فى القرن التاسع عشر

على أن عصر نابليون كان من الناحية الاعلامية أقرب الى السلبية منه الى الايجابية . والحقيقة أن جهودا بذلت ، وربما كانت قد أدركت بعض النجاح لانشاء شيعة تعبد نابليون لا فى فرنسا وحدها ، ولكن أيضا فى مختلف أنحاء أوروبا التى خضعت لسيطرة نابليون .

وكان نابليون يوصف فيها لا بأنه العبقرية العسكرية القاهرة فحسب .. بل وبأنه المحرر الأعظم (وهى شهرة حطمها هو بنفسه بالنسبة لبعض المعجبين به على الأقل ، ومن بينهم بتهوفن) وذلك عندما نادى بنفسه امبراطورا وقد استطاع كذلك نابليون بواسطة الصحافة تقوية روح جيشه المعنوية أثناء الحملة على

---

(١) «Public Opinion & Propaganda» By L. W. Doob» Page 117 - 131, London 1950.

المرجع : كتاب « الرأى العام والدعاية » المؤلف ل. و. دووب ـ صفحة ١١٧ ـ ١٣١ . لندن عام ١٩٥٠

ايطاليا حيث أصدر صحيفتين لهذا الغرض ، والمعروف أيضا أنه فعل نفس الشيء فى حملته على مصر سنة ١٧٩٨ حيث أصدر صحيفة(١) «Courrier de L'Egypte» لأغراض حربية وسياسية ، وكذلك La Decade .

ولم يغفل نابليون أثر الصحافة فى وقت السلم ، وان كان أخضعها لرقابة الحكومة ، وما فعل ذلك الا ليعمل على استتباب الحكم له فى البلاد التى فتحها ، ولكى يخضع شعوبها لسلطانه .

كما أحضر مطبعة ذات حروف عربية من جزيرة مالطة فى مروره عليها باسطوله متجها الى مصر وذلك لطبع منشورات الدعاية ونشرها على شعب مصر .

كما لعبت الموسيقى فى القرنين الثامن عشر والتاسع عشر دورا هاما(٢) فعالا فى ميدان الاعلام . مثال ذلك ما كانت تبثه من روح التضحية أغانى الحنين الى الوطن التى وضعها أنصار « تشارلز ستيوارت Charles Stewart وموسيقى شوبان Chopin وهو فى المنفى بباريس يحن الى أرض بولونيا وخاصة البولونيز وموسيقى جوهان شتراوز فى وصف روح التحرر لمنتصف القرن التاسع عشر .

وهناك أمثلة أخرى أقل جالا، ولكنها أدعى الى الشبهة وهي التى كانت منتشرة من جانب حكومة هانوفر . كما أن « احكمى يا بريطانيا » Rule Britannia و « يحمى الله الملك » God Save the King أغنيتان شهيرتان من أغانى الدعاية الأكيدة ، وقد احتفظتا بسحرهما للبريطانيين حتى يومنا هذا ، بالاضافة الى عدد آخر من الأغانى وضع فى نفس القرن . وكان الغرض من بعضها الحماس والتمشى مع حريات العصر والبعض الآخر المساعدة فى استتباب الحكم للحاكمين فى بريطانيا .

ونذكر أنه سبق على ما أوردناه أن أخذ لويس التاسع على عاتقه القيام بالحملة الصليبية فخطب الملك فى جمع كبير داعيا اياهم لحمل الصليب مما حرك فيهم

---

(١) المرجع : كتاب « الرأى العام والدعاية وحرية الصحافة » . المؤلف الدكتور حسنين عبد القادر ج ١ ص ٨٨ الطبعة الثانية عام ١٩٥٧ .

(٢) ومن اهمية الموسيقى قول جنرال فرنسى : لو اعطيتنى الف رجل ونشيد المرسيليز فاننى لا بد ان اضمن لك النصر .

انظر كتاب « الدعاية » للندل فريزر ص ٢٥ لندن عام ١٩٥٧ .

العاطفة الدينية الدفينة ، كما بادر فقيد اسمه فى سجل الحرب المقدسة مما جعل الجميع يقتدون به[١] ٠

(٧) فى العصر الحديث

وشهد القرن العشرون أحدث أساليب ووسائل الاعلام ، هذه الوسائل والأساليب التى تتحرك فى اتجاهين هما :

أولا : الاتجاه الذى يتمثل فى تدعيم قوة الرأى العام ازاء الحكومة ٠

ثانيا : الاتجاه الذى يتمثل فى تدعيم قوة الحكومة ازاء الرأى العام ٠

والواقع أن الاعلام ، فى العصر الحديث ، قد أصبح جزءا من حياة الناس فى شتى أنحاء العالم ٠ ذلك أن الحكومات تدرك تماما أنه يتعين عليها ، لكى تحظى بتأييد المحكومين ، أن تزودهم بالأنباء والمعلومات والحقائق التى تساعدهم على الاشتراك فى شئون الحكم ٠ لهذا ، فان الاعلام الحكومى فى شتى أنحاء العالم يلعب دورا كبيرا فى نشر الأنباء والمعلومات والحقائق وخاصة اذا كانت مثل هذه الأنباء والمعلومات والحقائق من ذلك النوع الذى يصعب على الاعلام غير الحكومى الوصول اليه وتزويد الناس به ٠ ولعلنا فى غير حاجة الى القول بأن العلاقة بين الحكام والمحكومين تزداد قوة وتوثقا كلما أطلع الحكام محكوميهم على مجريات الأمور وشتى ما يتعلق بشئون الحكم ٠ هذا على حين أن هذه العلاقة تضعف وتذبل كلما حجب الحكام عن محكوميهم الأنباء والمعلومات والحقائق المتعلقة بشئون الحكم ٠ وبعبارة أخرى ، فان اعلام المحكومين بكل ما يعنيهم وما يهمهم معرفته يؤدى الى تبادل وتقوية الثقة بين الحكام والمحكومين ، والعكس بالعكس ٠

(٨) الاعلام الدولى

لم يعد الاهتمام بالرأى العام مقصورا على الرأى العام المحلى بالنسبة لكل دولة على حدة ، بل اتسع نطاق هذا الاهتمام حتى أصبح يشمل الرأى العام العالمى ، ومن هنا أصبح الاعلام موضع اهتمام دولى ، ولعل مرجع ذلك الى أن الدراسات الجادة التى قام بها بعض كبار الباحثين قد برهنت على أن الاعلام

---

(١) المرجع : كتاب « لويس التاسع فى الشرق الأوسط » ـ تاليف الدكتور جوزيف نسيم يوسف ـ الطبعة الأولى صفحة ٢٩ عام ١٩٥٦ ٠

الجيد النزيه يستطيع أن يسهم بدور كبير فى اقرار وتدعيم الأمن والسلام الدوليين . ولقد فطنت منظمة الأمم المتحدة الى هذه الحقيقة ، فأوصى المجلس الاقتصادى والاجتماعى (التابع للأمم المتحدة) منظمة « اليونسكو » بأن تبحث المشكلات التى تعترض طريق الجهود التى تبذلها الدول النامية من أجل تقوية وتدعيم وسائل الاعلام الخاصة بها . وقد يكون من المفيد ، فى هذا الصدد ، أن نشير الى التوصية التى اتخذها مؤتمر المائدة المستديرة الثانى لرؤساء تحرير الصحف الآسيوية ، تحت رعاية منظمة « اليونسكو » فقد جاء فى هذه التوصية ما يلى : « **هناك دور هام يتعين على وسائل الاعلام الجماهيرى أن تضطلع به ، وهى تستطيع بالفعل الاضطلاع به ، هذا الدور هو التعجيل بالتطور الاجتماعى والاقتصادى فى آسيا . ذلك أن مشروعات التنمية لا تستطيع أن تنجح الا بوساطة المشاركة من جانب الشعوب ، الأمر الذى لا يتحقق الابمساعدة من جانب وسائل الاعلام ، أى الصحافة المطلعة التى تتدفق حيوية ، وبرامج الاذاعة والتليفزيون المناسبة** »(١) .

(٩) أهمية الاعلام

والواقع أن بناء الدولة ، اقتصاديا واجتماعيا وسياسيا ، يتطلب الاستعانة بشتى وسائط ووسائل الاعلام ، سواء أكان ذلك عن طريق تبليغ الاعلام من شخص الى شخص ، أو عن طريق تبادل الاعلام بين جماعات منظمة ، أو عن طريق الاعلام الجماهيرى المتمثل فى الصحافة والمطبوعات ، والاذاعة ، والتليفزيون والسينما ، والفنون الأخرى . وفى هذا الشأن — كما هى الحال فى شتى الشئون الأخرى — فان تحقيق الأمل الكبير المعقود على الاعلام انما يتوقف على قوة عزيمة الناس وأمانتهم ونزاهتهم ، وهذه كلها أمور لا تتحقق الا عن طريق الاعلام ذاته . وليس فى هذا الأمر ثمة جديد ، فالفيلسوف اليونانى القديم « أرسطو » كان يرى أن التصرف بطريقة ودية أمر ضرورى لتحقيق الاتصال الجيد بين الناس ، كما كان يرى أن الناس لا يستطيعون أن يتعايشوا معا الا اذا احترم كل منهم مصالح الآخر .

(١٠) التجربة المصرية

لم تكن مصر قبل ثورة ٢٣ يوليو ١٩٥٢ ، تعرف من فنون الاعلام الحديث الا القدر اليسير الذى كان يتمثل فى صحافة هزيلة ، ومطبوعات متواضعة ،

---

(١) United Nations, Office of Public Information, Note No. 3281, May 25th, 1966.

واذاعة محلية لا يكاد صوتها أن يصل الى أعماق صعيد مصر ، وسينما ومسارح وفنون أخرى لا شأن لها تقريبا ٠

وحتى وسائل الاعلام سالفة الذكر لم تكن على الرغم من تواضعها ، تخلو من مآخذ خطيرة تشكل انحرافا عن فلسفة الاعلام الحديث واخلاقياته ٠

فالصحافة ، كانت اما حزبية خالصة ، واما شبه مستقلة تسير فى ركاب كل حكومة جديدة ٠ أما الصحف الحزبية فكانت لا تنطق بلسان الشعب بل تنطق بلسان قلة من قادة الأحزاب الذين يرتبطون بهذه الدولة الأجنبية أو تلك ، والذين لا يعنيهم الا التربع على مقاعد الحكم ٠ وأما الصحف شبه المستقلة ، فكانت تسير فى ركاب رأس المال المستغل الذى يمدها بالاعلانات المأجورة ٠ وفضلا عن ذلك ، فان هذه الصحف جميعها لم تكن جيدة من ناحية الاعداد والاخراج والطباعة والتحرير ، ولم تكن الصحيفة الواحدة منها توزع أكثر من عدة آلاف من النسخ ، ومن ثم لم تكن ذات فعالية كوسيلة من وسائل الاعلام الجماهيرى ، زد على ذلك أن القائمين بتحريرها وادارتها لم يكونوا على قدر من التعليم والثقافة يسمح لهم بتطبيق فنون الاعلام الحديث ٠

وأما المطبوعات ، فكانت تتمثل اما فى كتب مدرسية أو جامعية لا هدف لها الا تحقيق أكبر قدر من الكسب المادى على حساب أولياء أمور التلاميذ والطلاب المطحونين اجتماعيا ، واما فى كتب هزيلة ردئية الاخراج والطباعة لا هدف منها الا استثارة الجنس والانحراف بالشباب ، هذا باستثناء عدد قليل من الكتب الأدبية الجادة التى لم تكن تحظى برواج كبير ٠

وأما الاذاعة ، فكانت متخلفة ومقصورة على عدد من الاغنيات العاطفية الساذجة وعدد من التعليقات السياسية المغرضة التى لا تخدم الا مصلحة الحزب الحاكم أو القصر الملكى ، أو الدول الأجنبية ذات المصالح السياسية والعسكرية المرتبطة بمصالح هذا الحزب أو ذاك ٠ لهذا لم تكن الاذاعة تنطق بلسان الشعب بقدر ما كانت تنطق بلسان الراغبين فى استغلال الشعب والسيطرة عليه ٠

وأما السينما ، فكانت خليطا مشوشا من الأفلام الأجنبية والأفلام العربية .. أفلام أجنبية عن العنف والهنود الحمر وعصابات شيكاغو ومغامرات طرزان وما شاكل ذلك من أفلام لا هدف لها الا الهاء الشعب عن تأمل واقعه الاجتماعى المتخلف ٠٠ وأفلام عربية ساذجة تساعد على تجميد التشكيل الاجتماعى المتخلف القائم ، وتحفل بمناظر الرقص البلدى الرقيع فى حانات الليل التى لا يتردد عليها الا المنحرفون والشواذ ، ومن ثم لم تكن السينما تشكل وسيطا من وسائط

الاعلام بقدر ما كانت تشكل تجارة رائجة عمادها أجساد الراقصات العاريات والمناظر والايحاءات الجنسية الفاضحة ٠

وأما المسارح ، فكانت مقصورة على استعراضات الرقص الاباحى والغناء الخليع والتمثيليات التى تعتمد على تبادل الشتائم والعبارات النابية الجارحة ، والتشبيهات والتوريات والكنايات الجنسية والمونولوجات التافهة التى لا معنى ولا هدف لها ، هذا باستثناء عدد قليل من المسرحيات ذات المضمون الاجتماعى الهادف ٠

وهكذا يمكن أن يقال ان مصر لم تشهد الاعلام بمعناه الحديث الا فى أعقاب ثورة ٢٣ يوليو سنة ١٩٥٢ ٠

ولقد كان من الطبيعى أن تعمد الثورة الى النهوض بالاعلام ، ذلك أن قادة الثورة أدركوا أن التغير الاجتماعى المنشود يتطلب ، أول ما يتطلب ، اعلاما حديثا قائما على أساس تبادل الرأى بين الحكام والمحكومين ٠

ولقد أكدت الثورة المصرية أهمية برامج الاعلام التى تستهدف أن تهيىء للشعب منبرا لتبادل الرأى بصراحة ، وأشير الى أهمية هذه البرامج فى « الميثاق الوطنى » كأساس للتنمية الاجتماعية ٠

واستمدت برامج الاعلام حيويتها من نفس حماس قادة الثورة وايمانهم بالتغيير الاجتماعى كوسيلة للتنمية ٠

ولوعى الثورة المصرية بهذه الحقائق ، شعرت بواجبها نحو جعل أنشطتها مفهومة والتزمت باعلام الشعب بالمشاعر والتصرفات الرسمية ، والى جانب اعلام الشعب ، كان رجال الثورة يحرصون على أن يقفوا على رغبات الشعب وحاجاته ومشاعره نحو سياساتهم وتصرفاتهم ، وبعبارة أخرى ادماج الشعب فى عملية التنمية ٠

فأنشأت الثورة ، ولأول مرة فى تاريخ مصر ، وزارة تجعل الشعب يساير الأحداث حتى تظل الثورة محتفظة بعنفوانها ، ففى نوفمبر سنة ١٩٥٢ أنشئت وزارة « الارشـــاد القومى » التى شملت الاذاعة والفنون الجميلة والســياحة ، وأنشئت مصلحة الاستعلامات كمصلحة رابعة تابعة لهذه الوزارة ٠

والواقع أن مصلحة الاستعلامات هى « هيئة الاعلام » بالنسبة للدولة كلها ، وقد أنشأتها الدولة لتعمل داخل البلاد وخارجها ، ففى داخل البلاد تتولى ارشاد

المواطنين وتوجيههم نحو الوسائل الكفيلة بالتطوير الاجتماعى وتدعيم الروح المعنوية وتوسيع أفق الثقافة الجماهيرية ، ولقد أقامت اتصالها بالشعب عن طريق مراكز اعلامية فى شتى المحافظات • وترسل هذه المراكز قوافل الى قلب المناطق الريفية تنشر فيها الثقافة الشعبية ، وتبين للجمهور فوائد الاعلام ، وتتعرف على الرأى العام من حيث المسائل التى تهم الجمهور •

والى جانب ذلك ، أنشأت المصلحة مراكز ثقافية واعلامية فى ميادين المدن والقرى ، يستطيع الأهلون فيها مشاهدة التليفزيون ، وقراءة الصحف والمجلات، واستعارة الكتب ، وأصدر مركز الوثائق والبحوث نشرة دورية باللغات العربية والانجليزية والفرنسية تتضمن مختلف الوثائق الرسمية والبيانات والقوانين ، لتكون مرجعا فى متناول أيدى المهتمين بالشئون المصرية ، كما أنتج أفلاما قصيرة تصور مشروعات التنمية الاقتصادية والاجتماعية لعرضها فى الداخل والخارج •

وفى خارج البلاد ، تتصل المصلحة - عن طريق مكاتبها الصحفية - اتصالا مستمرا بأصدقائها الأجانب والصحف الخارجية • وتتصف هذه المكاتب بأنها ذات مهمه مزدوجة ، فهى أولا تزود الصحف المحلية والجمهور فى الوسط الذى تعمل فيه بكل المعلومات الممكنة - تاريخية وعامة وسياسية واجتماعية واقتصادية - وهى ، ثانيا ، تتبع عن قُرب الرأى العام المحلى ، وترد على الاتهامات الكاذبة التى تثار ضد البلاد ، وعلى العموم يتمثل الهدف الرئيسى لهذه المكاتب فى تدعيم الروابط بين جمهورية مصر العربية وبين الدولة التى تعمل هذه المكاتب فيها •

وفى سنة ١٩٥٥ ، أدرك رؤساء المصلحة أن السياسات الادارية يجب أن تخطط وتنفذ وفقا لحاجات ورغبات الشعب والا أصبح الشعب مثقلا بصعوبات يستحيل حلها ، ومن ثم أنشىء داخل مصلحة الاستعلامات « معهد الرأى العام والاعلام »بقصد تحقيق برامج اعلامية ناجحة ، ذلك أنه من المفروغ منه علميا أن الأفراد لا يستطيعون تقبل الاعلام الا اذا انطبق على خدمتهم ، فلكى يكون الاعلام مقبولا يجب أن يوافق خبرة الفرد ، ويقول « سير ستيفن تالنتس »Sir Stephen Tallents فى ذلك :

« ليس هناك ما هو أثقل فى هذا المجال من فكرة أن الاعلام يمكن استخدامه كنظارات تحجب عيوب المنظمات بدلا من أن تعالجها ؛ ذلك أن العلاقات الفعالة يجب أن ترتكز على أساس من الحاجات الحقيقية والخدمة الفعالة ، فلئن كانت

برامج الاعلام تستطيع أن تثير الاهتمام ، فانها لا تستطيع أن تخلق رأيا معارضا لخبرة الفرد »(١) ٠

وهكذا أنشأت الثورة جهاز اعلام يقوم على أسـاس اتصال ذى طريقين بهدف تزويد الشعب بالمعلومات الضرورية لتمكينه من أن يقوم بدوره فى تنمية البلاد ، كذلك دعمت الوسائل لتمكين المواطنين من مناقشة حاجاتهم وآمالهم وذلك حتى يسير جهاز الاعلام فى ثلاثة اتجاهات هى :

أولا : من أعلى الى أسفل ٠

ثانيا : أفقيـــا ٠

ثالثا : من أسفل الى أعلى ٠

ومن الصعب وضع خطوط فاصلة بين مختلف هذه الوسائل واتجاهاتها ولكن تبسيطا لهذا العرض ، قد يكون من المفيد رسم الصورة الكاملة على النحو التالى :

أولا ـ الاتجاه من أعلى الى أسفل :

يسير هذا الاتجاه عن طريق لقاءاتمواجهة أو اذاعاتبالراديو أو التليفزيون أو السينما ، أو عن طريق الصحافة والمطبوعات ٠

أما عن الاذاعة ، فانها أنسب وسيلة للعمل فى المجتمعات التى تنتشر فيها الأمية ، فعلى حين أن قوة ارسالها لم تكن ـ قبل ثورة ٢٣ يوليو ١٩٥٢ ـ تزيد على ٧٢ كيلووات فان هذه القوة ارتفعت الى ٤٠٠٠ كيلووات فى يناير ١٩٦٥ ، أى أصبحت ٥٠ ضعف ما كانت عليه قبل الثورة ، كذلك تضاعفت ساعات الارسال بنسبة ١٠٠٠٪ ٠

ولقد أسهمت عدة عوامل فى اكتساب الاذاعة فعالية لا تنـازع فى مصر بصفة خاصة ، فالعزلة الطبيعية والسيكولوجية بين الجنسين ، وقلة المؤسسات الاجتماعية المشتركة بين الجنسين ، وندرة النوادى والمسارح وقاعات الرقص وما أشبه ، تجعل الاستماع الى الراديو وسيلة الترفيه المفضلة ٠

---

(١) Sir Stephen Tallents, «Public Relations and Publicity», Public Administration Review, Vol. 9 (Autumn 1949) p. 218

وأما التليفزيون المصرى ، فقد أصبح من أهم الوسائل الفعالة فى الارشاد وفى نشر الثقافة ، وقد افتتح فى سنة ١٩٦٠ وتطور تطورا كبيرا ، ففضلا عن البرامج الاجتماعية والترفيهية التى يقدمها ، تعاونت هيئة التليفزيون مع وزارات التربية والتعليم العالى فى تنظيم برامج لمكافحة الأمية ينفذها التليفزيون وهى البرامج التى يستقبلها المشاهدون فى بعض الدول كلبنان وقبرص والخليج العربى • ويتجمع المواطنون فى المدن الكبيرة والصغيرة حول أجهزة تليفزيونية كبيرة فى مراكز الاعلام وفى الميادين والحدائق العامة ليشاهدوا ما يربو على ثمانين برنامجا أسبوعيا ،منها ما هو ثقافى وما هو ترفيهى وما هو سياسى وما هو دينى وما هو اجتماعى •

كذلك تلعب الفنون الجميلة أيضا دورا هاما فى الاتجاه من أعلى الى أسفل • فمثلا أصبحت صناعة السينما فى مصر واحدة من اثنتى عشرة صناعة كبرى فى العالم ، ويقول « بيرجر » فى ذلك :

« ان السينما هى أقدر وسيلة تعلم بها كل طبقات الشعب فى البلاد العربية ، طرق الحياة فى الدول الأخرى ، وكذا الأسلوب العربى للحياة الحديثة .. وتسيطر الأفلام المصرية على السوق العربية •• وليست هناك صناعة أفلام عربية أخرى تنافس الأفلام المصرية فى مدى شعبيتها(١) » •

وبالمثل لعبت الصحافة أيضا دورا ملحوظا فى تنوير الشعب ، وخاصة بعد أن تحولت ملكية الصحف الكبرى الى الشعب ممثلا فى الاتحاد الاشتراكى العربى • ولقد أدى هذا التحول ، بالاضافة الى عوامل أخرى كالتوسع فى التعليم، الى زيادة توزيع الصحف • وتتمتع الصحافة المصرية بقدر كبير من الحرية يشهد به الرأى العام العالمى • فمثلا يقول « مانسفيلد » Peter Mansfield فى تقييمه للصحافة المصرية ما يلى : « **ليس من الانصاف أن نقول أن هذه الصحافة تسيطر عليها الدولة سيطرة قابضة ، اذ أنها تستمتع بحرية أكبر مما تستمتع به صحافة كثير من الدول الأوروبية •• ولقد كان « الدكتور حاتم » صادقا دون شك حين قال فى مجلس الأمة فى يونية سنة ١٩٦٤ انه لا سيطرة للحكومة على الصحافة »(٢) •**

---

(١) Berger, « The Arab World Today », Pp. 224 - 225.

(٢) Peter, Mansfield, « Nasser's Egypt », Baltimore Maryland: Penguin Books, 1956. P. 127.

وثمة جانب آخر من جوانب الاتجاه بالوسائل الاعلامية من أعلى الى أسفل ، هو نشر الكتب القومية والأجنبية ٠

ثانيا ـ التبادل الأفقي :

ان أكبر مورد لأى دولة هو شعبها ، ويهيىء التبادل الأفقى بين رجال الحكومة والجمهور منبرا مناسبا للمناقشة الحرة ، وفى أحيان كثيرة يحتاج الأمر الى جمع معلومات من مختلف قطاعات الشعب قبل اتخاذ قرار أو اجراء ما ، اذ لا بد من حقائق وآراء مختلفة لاتخاذ القرار الصحيح ٠

وتهيىء عملية اللقاءات الجماهيرية والمناقشة التى تعقب ملاحظات كبار المسئولين مناخا غير رسمى يشجع التعبير الصريح عن الآراء ، لذلك فان تدعيم العلاقة بين المسئولين الرسميين وبين الجمهور الكبير الذى يرقب بعينه أعمال الحاكمين ، يلقى تشجيعا كبيرا ، فبهذه الطريقة تظل وحدة الهدف قائمة ، ويتم فيها التبادل الودى المطلع المستمر للآراء بين الحاكمين والمحكومين ، مما يهيىء تضافرا فعالا ٠٠ وهذا هو الهدف الحقيقى من الاعلام ، فالاتصال وجها لوجه هو أفضل أداة من أدوات الاتصال ٠

ولقد لعبت مكاتب الاعلام ومراكزه دورا هاما فى هذا الشأن ، فهى تزود بالكثير من المطبوعات والأفلام السينمائية والصحف والمجلات وأجهزة الراديو والتليفزيون ، وبين الحين والحين تعقد مراكز الاعلام حلقات دراسية يشترك فيها كبار رجال الحكومة والجمهور لمناقشة مشكلاتهم ، وفى هذه الحلقات يجيب رجال الحكومة على أسئلة المواطنين ٠ زد على ذلك أن مركز الاعلام يقوم بجمع البيانات لعمليات الاستفتاء والمسح التى يقوم بها « معهد الرأى العام والاعلام » ٠

وهناك جامعة الثقافة التى تتبعها مراكز موزعة بين المحافظات ، ويوجد بكل مركز مسرح وقاعة للسينما ومكتبة وقاعة للموسيقى وأخرى للمحاضرات ، وتقوم هذه الجامعة بتدريس عديد من الموضوعات النظرية والعملية ، تتضمن اللغات وادارة الأعمال والثقافة النسوية (الحياكة والتدبير المنزلى) والفنون الجميلة والاشغال اليدوية للهواة والتدريب المهنى لصغار التلاميذ والبحث الاجتماعى ، ويقدم كل مركز أيضا محاضرات عامة ومناقشات حرة بين المواطنين حول الأحداث الجارية وحول النشاط الحكومى والقومى ٠

ثالثا ـ الاتجاه من أسفل الى أعلى :

لكى يتخذ واضع السياسة فى مصلحة الاستعلامات قراراته ، فانه يحتاج الى أن يعرف كل ما يجرى فى البلاد ، والقاعدة العامة هى أن المعلومات لا تتدفق من أسفل الى أعلى بفعالية ، وذلك لأسباب عديدة منها :

١ — عيوب الأساليب الفنية المستخدمة ٠

٢ — عدم فهم استعمالها ٠

٣ — العوائق الاجتماعية والسيكولوجية التى تعترض الاتصال ٠

لهذا أنشىء « معهد الرأى العام والاعلام » فى سنة ١٩٥٥ ليهيىء اعلاما دقيقا من أسفل الى أعلى عن الموضوعات التى تهم الجمهور ٠

(١١) النتائج المستخلصة

نخلص من كل ما سلف الى أن الاعلام ظاهرة اجتماعية نشأت منذ أقدم العصور فى شتى المجتمعات البدائية ، أو مجتمعات فجر التاريخ ، أو مجتمعات العصور الوسيطة والانتقالية ، أو المجتمعات الحديثة المعاصرة ٠

ولقد تطورت وسائل الاعلام وفقا لتطور هذه المجتمعات ، فانتقل الاعلام من مرحلة التبليغ من شخص الى شخص ، لمرحلة التبليغ المتبادل بين جماعات منظمة ، ثم لمرحلة التبليغ الجماعى عن طريق وسائل الاتصال الجماهيرى أى الصحافة والمطبوعات ، والاذاعة والتليفزيون ، والسينما والفنون الأخرى ، ومثلما استخدم الاعلام لتحقيق أغراض وأهداف نبيلة ، استخدم لتحقيق أهداف وأغراض شريرة ٠ ذلك أن طبيعة الاعلام هى التى تحدد النتائج التى تترتب عليه ، فالاعلام يستطيع أن يكون ضارا مثلما يستطيع أن يكون نافعا ٠ فلئن كانت وسائل الاعلام قادرة على نشر المعرفة وتزويد الناس بالمعلومات والحقائق الكفيلة بتوسيع آفاقهم ، فانها تستطيع أيضا أن تزيف الحقائق ، ومن ثم تستطيع أن تفرض على الناس مفاهيم وآراء هابطة مضادة لما يتطلعون اليه من أهداف وقيم اجتماعية سامية ٠

الفصل الثانى

مفهوم العلاقات العامة ، قديما وحديثا

(١) فى العصور القديمة

قام الكهنة البدائيون ورجال الطب بوظائف العلاقات العامة باسم قبائلهم حين وضعوا الخرافات والأساطير التى تبرر القضاء على بعض العادات التى وجد أنها تضر بصحة القبيلة وبسلامتها ٠

ففى القرن الخامس قبل الميلاد ، وضع الشاعر « سيمونيدس » Simonides أشعاره فى خدمة « العلاقات العامة » بأن راح يبيع أغانى المديح للراغبين فى شرائها ، ويبدو أن هذا العمل كان يعتبر مجافيا للذوق ، على أنه حتى « بندار » Pindar الذى كان يصعب ارضاؤه تقاضى ممن مجدهم فى أشعاره ثمن ذلك التمجيد وكان من بين المتعاملين معه : الأمراء التجار فى بحر ايجة ، غير أن « أفلاطون » هاجم الشعراء فى كتابه « الجمهورية » ، كما هاجم المنشدين ودعا الى القضاء عليهم الا من كان منهم مأجورا من الدولة لخدمة رفاهيتها ٠

ويشكل « حجر رشيد » مثلا من أمثلة عمل العلاقات العامة ، قام به كهنة مصر القديمة ٠ فالنقوش التى نقشت طبقا لمرسوم أصدره الكهنة فى سنة ١٩٦ قبل الميلاد ، تحيط القارىء علما بأن الملك الشاب « بطليموس الخامس » كان ذكيا وعادلا ، وأن سياسته كانت تؤدى الى الرخاء ٠

وفى سنة ٦٠ قبل الميلاد ، أى بعد أن أصبح « يوليوس قيصر » قنصلا ، أصدر أمرا بنشر القوانين التى يصدرها مجلس « السناتو » الرومانى ، فصدرت نشرة اسمها « اكتا ديورنا » Acta Diurna كانت تكتب بخط اليد ، وقد أعلنت هذه النشرة أن التاج قدم الى قيصر ثلاث مرات ، لكنه رفضه فى المرات الثلاث ٠

كذلك ساعد « كايوس مايسيناس » Caius Maecenas صديق الامبراطور « أغسطس » Augustus ومستشاره ، على توجيه عبقرية « فيرجيل » Virgil و « هوراس » Horace الى وجهات دعمت احترام الجمهور للامبراطور ٠ ويقول

« جون بوكان » John Buchan فى كتابه : « سـيرة أغسطس » Augustus موجزا دور « ما يسيناس » بأن « واجبه تمثل فى أن يجس نبض الرأى العام ، وأن يلهب حماس الأمراء وذكاءهم ، وأن يشكل الرأى العام حسب ظروف كل يوم وطوال الوقت »(١) ٠

وبتأثير صديقه وراعيـه « مايسينـاس » ، قـدم « هوراس » Horace الامبراطور « أغسطس » للناس بوصفه رمزا على الاستنارة والسلام ٠ كذلك أطرى « فيرجيل » Virgil غرور المواطنين بأن ذكر لهم أن عظمة روما كانت نبوءة من قديم الزمان ، وأن هذه العظمة التى بلغت العنان كان لا بد أن يحققها رجال من بيت « جوليان » Julian — أسرة « أغسطس » ٠

(٢) فى العصور المظلمة

وفى العصور المظلمة كان المغنون الجوالون محل الترحيب بهم فى القلاع والحصون ، بسبب التأثير الذى كانوا يستطيعون احداثه على الرأى العام باسم ملوكهم وسادتهم ، وأصبح الشـاعر أو المغنى الانجلوسكسونى شخصية لهـا احترامها فى مطلع القرن الخامس ٠

(٣) فى العصور الوسطى

وأنشأت النقابات فى العصور الوسطى وظيفة العلاقات العامة لأعضائها لتعزيز مستويات حرفهم وكرامتهم ، على أن النقابات أكدت « أسرار » حرفها ، وهذا على النقيض مما تقوم به النقابات الحرفية الحديثة التى تعلن عن طرقهـا وحرفها ، وهكذا أصبحت الحرف محاطة بغلاف من تقاليد السرية جعلها مكشوفة أمام النقد دونما دفاع عنها ٠

وكان من العوائق الشديدة أمام الحرفى فى العصور الوسطى ، مبدأ « سانت جون ، كريسوستوم » St. John Chrysostom الذى يقول بأن « الشخص الذى يشترى سلعة لبيعها ويحقق منها ربحا ، سواء بقيت السلعة على حالها أو تغير شكلها ، هو تاجر مطرود من ملكوت الله » غير أن « توماس الاكوينى » Thomas Aquinas عدل من هذا المبدأ بأن سمح بالحصول على ربح ، ولكن على شريطة أن يكون « ربحا عادلا ، لا يزيد عن نسبة صغيرة من الثمن » ٠

---

(١) John Buchan, « Augustus », Houghton Mifflin Co. 1937

(٤) فى القرن السادس عشر

وفى « أوجزبرج » Augsburg بألمانيا ، امتدت المصالح التجارية والمصرفية لبيت « فاجار » الى دول كثيرة فى أوائل القرن السادس عشر ، لكنها عانت من القوانين التى تقيدها ومن الرأى العام المضاد لها ، ولقد أفضى « جاكوب فاجار » Jakob Fugger بمشكلته تلك الى « كونراد بيتنجر » Konrad Peutinger – وهو باحث انسانى كان يعمل مستشـــارا للامبراطور « تشـــارلس بيتنجـــر Charles V. Peutinger ، كما أنه رائد عظيم من رواد العلاقات العامة – فكتب سلسلة من المقالات عن الجوانب الخلقية والقانون للتجارة ، قائلا ان التجار كانوا كثيرا ما يضطرون لبيع ســـلعهم بخســـارة ، وأنه بناء على ذلك يجب أن يكون التاجر حرا فى أن يطلب سعرا عاليا لبضاعته ، وانتقد القيود المفروضة عـــلى الاحتكارات · وترتب على نشاط « بيتنجر » أن مجلس « أوجزبرج » اقترح ضد القيود التى كانت مفروضة على التجارة حينذاك ·

(٥) فى القرن الثامن عشر ، والقرن التاسع عشر

وفى انجلترا ، حتى منتصف القرن الثامن عشر ، حين استطاع الكتاب أن يتجهوا الى الجمهور لكسب عيشهم ، لم يكن غريبا على الكتاب الذين لم يكن لهم نصير خاص أن يؤجروا أقلامهم للأحزاب السياسية ، فنجد أن الكاتب « سويفت » Swift وضع موهبته تحت تصرف أسرة «تيودور» Torries الملكية ، كما كان « بريور » Prior و « أديسون » Addison تحت تصرف أسرة « ستيوارت » Whigs · ومن سنة ١٧٣١ حتى ســـنة ١٧٤١ ، أنفق « والبول » Walpole ما يقرب من خمسين ألف جنيه على الكتاب وأصحاب المطابع الذين كانوا يعملون فى خدمته ·

وفى فرنسا كان « راسين » Racine « وموليير » Moliere من بين الكتاب الممتازين الذين ارتفعت موارد دخلهم من المراثى التى كانوا يكتبونها للملوك ·

كذلك استخدم نابليون بونابرت الأساليب الفنية للتأثير على الرأى العام طوال مدة حكمه ، ففى ســـنة ١٧٩٣ حين شبت روح التمرد بين الفيـــديراليين الجنوبيين وحين نشبت ثورة الدستور الجـــديد ، عملت كتيبة نابليون على قمع التمرد ، فقد أوفد فى مهمة الى « بوكير » Beaucaire فكتب مذكرة يثبت فيها

أن عنف حكومة الثورة أخف بكثير مما كان من المحتمل أن يوقعه نظام الحكم القديم من انتقام ، لو أن الدعوة الى الانفصال برزت برأسها من جديد ، ولقد كان لهذه المذكرة أثرها من لفت النظر الى الضابط الشاب وموافقة لجنة المؤتمر على رأيه ٠

وفى سنة ١٧٩٦ وضع نابليون على رأس جيش لايطاليا فاذاع تصريحا على جنوده الذين لم يتسلموا مرتبات ولا معدات ، وكان لهذا التصريح أثره الكبير فى رفع الروح المعنوية بين جنوده ، ويقول « وليام ميليجان سلون » William Milligan Sloane فى كتابه « حيـــاة نابليـــون بونابرت » « The Life of Napoleon Bonaparte » عن دخول القوات الفرنسية لمدينة « ميلان » Milan : « ليس ثمة صورة فى تاريخ الحرب أكثر تأثيرا من هذه الصورة فقد رتب الموكب على غرار مواكب النصر الرومانية ، ووضعت المســافات بين الصفوف بصورة جعلت من نابليون بونابرت الشخصية الوحيدة الجذابة » ٠

وبالمثل استخدم نابليون أساليب التأثير كأداة علاقات عامة فعالة ، فعند عودته الى فرنسا ، ارتدى ثيابا بسيطة ، وزار صغار الموظفين الذين كان يتوقع منهم أن يقوموا بالمظاهرات ، واطمأن الى أن تواضع سلوكه سيكون مادة تنشر فى الصحيفة الرسمية ٠

وفى أمريكا ، فى عهود الاستعمار ، أثبت «صمويل آدامز» Samuel Adams للرأى العام الثائر أنه قوة كبيرة تخدم هدف الثورة ٠ ومن أساليبه العملية خطابه الذى بعث به الى لجنة المراسلات فى ١٦ ديسمبر سنة ١٧٧٣ وجاء فيه « اننا نبلغكم ، فى عجلة شديدة ، أن كل صندوق شاى على ظهر السفن الثلاث التى فى هذه المدينـــة قد حطم الليلة الماضية » ويختتم الخطاب بهـــذه العبارة : « ولكن دون أدنى ضرر لحق بالسفن أو بغيرها من الأموال » ٠

(٦) فى القرن العشرين

وفى بريطانيا ، كما فى الولايات المتحدة ، كان تعيين مديرين للعلاقات العامة فى مصالح الحــكومة فى أثناء الحرب العالمية الثانيـــة مقدمة لتطور فنون العلاقات العامة ، وقد نشرت صحيفة « الاقناع » Persuasion وهى صحيفة العلاقات العامة البريطانية فى عددها الصادر فى شتاء سنة ١٩٤٩ تقول : « ان الحرب قد أوجدت فرقا فى العلاقات بين السلطة المحلية وجمهورها ٠٠ فلما عاد السلام ، كان الجو مناسبا لقيام علاقات عامة لها صفة الرسمية ٠٠٠ » ٠

(٧) العلاقات العامة فى العصر الحديث

تطور الاتصال بالجماهير فى عصرنا الحالى تطورا كبيرا حتى أصبح صناعة معقدة واسعة الانتشار · وفضلا عن ذلك ، أصبح هذا الاتصال يشكل تحديا خطيرا لكل من الحاكمين والمحكومين · فالحاكم المخلص الأمين ، يستخدم الطرق الحديثة للاتصال بالجماهير ليجعل العمليات الحكومية محل فهم وتقدير كبيرين عند الجماهير التى يحكمها(١) · كذلك فان المجتمع الذى يسير حكمه فى يسر وسهولة هو المجتمع الذىيكون فيه الناس والجماعات والمنظمات منسجمين بعضهم مع بعض ، على حين أن المؤسسة التى لا تستطيع مثلا أن تكيف مشاعرها وعملها مع الجمهور لا بد أن تعانى نتيجة عجزها عن هذا التكييف ·

ومن المعروف الآن أن عملية الحكم صعبة ، فيقول « جيمس فورستال » James Forrestal لأحد أصدقائه : « ان صعوبة عمل الحكومة هو أنه ليس يكفى أن يؤدى جيدا وانما يجب أن يقتنع الشعب بأنه يؤدى جيدا »(٢) وبعبارة أخرى فان هناك ضرورة للصلاحية وعرض الحقائق الخاصة بتحقيق الصلاحية ، ومن ثم ، فان واجب المسئول أمام الجمهور هو أن يقوم باستمرار بتوضيح جهوده وبتحليل انفعاله بهذه الجهود وخاصة أن الأجهزة الإدارية توجد فى بيئة مقلقلة تتغير فيها تيارات التأييد الجماهيرى تغيرا مستمرا ، فالتوازن الفعال هو القاعدة التى يطبقها التأييد الجماهيرى ·

بل ان المجتمع الحديث ، بكل تعقيداته ، يتطلب تبين الجماهير وفهمها لمشكلات عصرنا ، « فاذا كان على المواطنين أن يقرروا مشكلات السياسة العامة تقريرا ذكيا ، فلا بد أن يكون هناك جسر من الفهم بينهم وبين الحكومة » (٣) ·

ويحذر « سكوت كاتليب » Scott Cutlip قائلا « اذا كانت المشروعات العامة لا تقبل المسئولية الاجتماعية الكامنة فى كل هذه المشروعات اليوم ،

---

(١) Bernard Rubin, « Public Relations and the Empire State », New Brunswick, New Jersey: Rutgers University Press, 1958, p. 30

(٢) Walter Millis and E. S. Duffield (editor), « Forrestal Diaries » (New York: The Viking Press, P. 300).

(٣) Curtis Fuller, « A State - Wide Information Bureau », State Government, Vol XIV (April 1941) p. 77.

فسيجد الجماهير الطرق والوسائل لفرض هذه المسئولية بطريقة أكثر مرونة وأسرع تعبئة من كل ما سبق فى تاريخنا »(١) ٠

ذلك أن الفهم الانسانى يشكل أحد الاحتياجات الأساسية التى يراعيها الحكام فى كل حكومة مسئولة ٠ ويحصل الحكام على هذا الفهم عن طريق تزويد أنفسهم بجهاز جيد للاتصال بالجماهير يساعد فى اعلام الجمهور بصورة مستمرة ويجعل الحكومة أيضا واعية بحاجات الجمهور ، ومن ثم ، فاستجابة للحاجة المسلم بها الى راحة الجمهور فى الادارة العامة أو الخاصة على السواء ، ظهرت « العلاقات العامة » كأداة ضرورية لمواجهة حاجة الادارة المسئولة الحديثة ٠

ويقول « روبين » Rubin فى ذلك ان العلاقات العامة « تحفزها المشاعر نحو المسئوليات الجماهيرية التى برزت مع الوسائل الحديثة للاتصال بالجماهير »(٢) ٠

والواقع أن ظهور العلاقات العامة كان نتيجة منطقية وحتمية لأهمية رضاء الجماهير وللاهتمام بطرق تحقيق هذا الرضاء ٠

ويرى باحثون كثيرون أن العلاقات العامة هى ثمرة ظهور التكنولوجيا ، وبخاصة تطور وسائل الاتصال الجماهيرية ، وثمرة ظهور المنشأة والصناعة فى القرن العشرين ٠ فيقول « سكوت كاتليب » Scott Cutlip « ان العلاقات العامة تمثل استجابة ضرورية لحاجة المجتمع الذى يبلغ درجة عالية من التصنيع والتحضر واعتماد بعضه على بعض(٣) » ٠ كما يقول « كيرتيس ماكدوجال » Curtis Macdougall وهو حجة فى الرأى العام « ان العلاقات العامة كمهنة ، وان كانت ما تزال فى فترة التجربة والخطأ ، هى ثمرة حتمية لكل مجتمع صناعى معقد ، فالجماهير قد تضاعفت أعدادها وانتشرت الى حد يحتم الوصول اليها الاستعانة بالخبراء(٤) ٠

---

(١) Scott M. Cutlip, « A Re - Examination of Public Relations' Platitudes », Public Relations Journal (January, 1963) P. 13.

(٢) Rubin, op. cit., p. 21.

(٣) Cutlip op. cit., p. 13.

(٤) Curtis Macdougall, « Understanding Public Opinion », New York: Macmillan Company.

ويبرز « تشارلس شتاينبرج » Charles Steinberg خمسة عوامل هامة أسهمت فى جعل العلاقات العامة عملية هامة ومتخصصة • أما هذه العوامل فهى(١) :

أولا : الهيكل المتزايد التعقيد فى الصناعة وزيادة ابتعادها عن الاتصال المباشر بالجمهور •

ثانيا : ظهور شبكة واسعة معقدة من وسائل الاتصال بالجماهير •

ثالثا : ظهور مصالح المنشآت الكبيرة وما يترتب عليها من نتائج •

رابعا : ظهور تنافس تتزايد حدته مما فرض احتراما للرأى العام وحاجة الى التأييد الجماهيرى •

خامسا : اشتداد الطلب على الحقائق والمعلومات من جانب الجمهور نتيجة لانتشار التعليم والمعرفة •

وواضح الآن أن ظهور العلاقات العامة هو نتيجة متطابقة مع المحاولات الحديثة لبحث الرأى العام والاتصال الجماهيرى فى المجتمع الحديث • ذلك أن الادارة لا تكون فعالة الا اذا قامت على أساس المعرفة الدقيقة للرأى العام ، ووضعت فى حسبانها رغبة المحكومين حتى يصل الحكم الى سلطانه ، ولعلنا نؤكد ما قاله « بليز باسكال » Blaise Pascal من أن الرأى العام هو « ملكة العالم » ونؤكد أيضا أن الحكومات انما تستمد سلطانها من « رضاء المحكومين » أو نصور الرأى العام على أنه « عملاق جاهل متقلب ، لكن ما تزال له قوة العملاق ، وقد يستخدمها استخداما تترتب عليه نتائج رهيبة(٢) » •

ولقد أوضح « بول ابلبى » Paul Appleby وهو حجة فى الادارة العامة « أن ثقل نقد الجماهير شديد الى درجة أن كثيرين من المسئولين فى الحكومة يرزحون تحت وطأته(٣) » •

---

(١) Charles Steinberg, «Relations, Public Opinion, and Mass Media», New York: Harper and Brothers, Publishers, 1958, P. 18.

(٢) Thomas A. Bailey, « The Man in The Street » (New York: Macmillan Co. 1948) P. I.

(٣) Paul Appleby, « Big Democracy » (New York: Alfred A. Knopf, Inc., 1945) P. 37.

ومن الواضح طبعا أن سلطان ارادة الجماهير يرتبط ارتباطا ظاهرا بالتعريف الحديث للديمقراطية وتقييمها ، فالديمقراطية لا تستطيع أن تنجح الا اذا كان للمواطنين اهتمام فعلى بالحكومة(١) ٠

كذلك قال « هارولد لاسويل » Harold Lasswell ان التفاعل الصريح بين الرأى العام والسياسة هو العلاقة المميزه للحكم الشعبى(٢) ٠ وبالمثل يؤكد « أرسطو » دور المواطن فى الحكم فيقول : « ان المواطن هو الشخص الذى يشترك فى الحكم فيكون حاكما ومحكوما »(٣) ٠

وفى الدولة الديمقراطية ، تتوقف صحة المجتمع على مشاركة الشعب مشاركة سياسية فعالة ومستمرة ٠ ولقد ميز أرسطو هذه الحقيقة كدليل على صلاحية الجماهير للسياسة ، وذكر المبدأ القائل بأن الجمهور يجب أن يكون هو الاعلى ، ذلك « أن الكثرة تشكل قضاة أفضل مما يشكل فرد واحد فى الموسيقى والشعر ، لأن البعض يفهم جزءا والبعض الآخر يفهم جزءا آخر ، وفيما بينهم جميعا يفهمون كل شىء ٠٠ فمعرفة سكان البيت للبيت أفضل حكما عليه من البناء الذى بناه ، كما أن الملاح أصدق حكما على الدقة من النجار الذى صنعها ، وبالمثل فان الضيف أصدق حكما على الوليمة من الطاهى الذى قام بالطهو(٤) » ٠

وغنى عن البيان « أن الحكم بواسطة الشعب معناه الحكم الذى تتوافر فيه درجة عالية من اشتراك الشعب فيه ، فالشعب هو أهم العوامل لا فى الشئون السياسية وحدها ، بل فى تنمية الموارد أيضا ٠ وعلى الرغم من أن الغرض

---

(١) Bertrand R. Canfield, «Public Relations, Principles, Cases, and Problems» (Homewood, Illinois: Richard D Irwin, Inc, 1960) P. 366.

(٢) Harold D. Lasswell, «Democracy Through Public Opinion» (Menasha, Wisconsin: Banta, 1941), P. 15.

(٣) Aristotle, Polica (Jowett trans.) Book III, chap. 13, in Richard McKeon, ed, The Basic Words of Aristotle (New York, 1941) P. 1195.

(٤) Bernard Berelson and Morris Ianowitz (eds), «Reader in Public Opinion and Communication», (New York: The Free Press, 1953), P. 3

الصحيح من التنمية الاجتماعية هو تحقيق الرفاهية والسعادة للأفراد ، فان أعظم رفاهية وسعادة انما تتحقق حين يستخدم الأفراد ذكاءهم وطاقاتهم وروحهم في تحقيق هذه التنمية ، فالانسان يريد أن يحس بأنه مهم ، وان عليه مسئولية ، وان له دورا في اتخاذ القرارات ... وأكثر من ذلك أنه جزء مطلوب ونافع لشيء أكثر منه بكثير ؛ فالديمقراطية ترتكز على الايمان بالكرامة الانسانية وبالأهمية للفرد(١) .

فالديمقراطية اذن ، تتطلب المشاركة من أشخاص لهم آراء في مختلف المسائل والمواقف ، وهي لا تعمل الا برضاء الشعب ومشاركته ، كما أن السلطة الجماهيرية المسئولة في المجتمع الديمقراطي لا يمكن أن تعيش بغير فهم المحكومين ورضائهم ، وقد وضحت هذه الحقيقة مما كتبه « ليونارد هوايت » Leonard D. White وهو حجة في الادارة العامة ، اذ يقول : « ان العلاقات العامة هي ، الى حد كبير ، تلك المادة التي تكتسب الكرامة أو تفقد بسببها في سبيل الخدمة العامة ، فنوع العلاقات القائمة بين أية هيئة ادارية وبين الشعب قد يختلف في آلاف الصور من المشاعر العامة التي يمثلها العدوان والتخريب الى المشاعر التي يستتبعها التأييد الايجابي السريع ، فمن الواضح أن مشكلة الادارة الفعالة تتمثل في كسب تأييد الجمهور عن طريق العلاقات العامة الطيبة(٢) » .

فالعلاقات العامة ، اذن ، هي العلم الجديد في المجتمعات الديمقراطية الذي يستهدف الاقناع ، فيقول « جون مارستون » John E. Marston « ان نفس طبيعة الديمقراطية تتضمن فرصة محاولة اقناع الجمهور عن طريق العقل(٣) ، والعلاقات العامة يمكن أيضا أن تساعد في زيادة فهم الجماهير وصادق رغبتهم » .

---

(١) James MacGregor Burns and Jack Walter Peltason, «A Government by The People, The Dynamics of American National State and Local Government» (Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice - Hall Inc., 1960) P. 18.

(٢) Leonard D. White. «Introduction to The Study of Public Administration» (New York: The Macmillan Company, 1949) P. 224.

(٣) John E. Marston, «The Nature of Public Relations» (New York, McGraw - Hill Book Company, Inc., 1963) P. 347.

ويقول كذلك « هارولد ب. ليفى » Harold P. Levy : « ان مسئولية العلاقات العامة ، فى هيئة حكومية ، هى الى حد كبير مسئولية الوفاء بالتزامين توأمين هما اعلام الجمهور وتعزيز علاقات ودية بين الجمهور وبين الهيئة(١) » . كذلك فان « جيمس ماك كامى » James McCamy أشار فى كتابه عن « الاعلام الحكومى » الى ضرورة استخدام برنامج العلاقات العامة « لتجنب الاعلام غير الملائم وللنهوض بالفهم الجماهيرى الذى يصد الهجوم غير العادل والذى ليس له مبرر على المؤسسات الجماهيرية(٢) » .

كذلك أصبحت العلاقات العامة ضرورية للهيئات العامة التى يرتكز نشاطها على الجمهور ويعتمد على الجمهور وتأييده ، فمن الحاجات المستمرة للهيئات العامة أن تنمى فهم الجمهور وتأييده ، فمن وظائف العلاقات العامة اذن وأساليبها الفنية أن تفهم الرأى العام حتى تؤثر فيه . ومن هنا فان فن العلاقات العامة لا غنى عنه للادارة حتى تقوم بوظيفتها على الوجه الصحيح . فكل قرار يصل اليه المديرون ويذاع ، يتوقف فى جزء منه على أن تؤدى العلاقات العامة وظيفتها فى يسر .

(٨) طبيعة العلاقات العامة

ما هى العلاقات العامة ؟ والى أى مدى يمكن للحاكمين أن يسيروا فى استخدامها فى مجال التكوين المباشر للرأى حول السياسة العامة ؟ وهل يجب عليهم أن ينصحوا باتباع السياسات التى يوصون بها أم أن يقصروا أنفسهم على مجرد اعداد بيانات حقيقية عن برامجهم ؟ وكيف يمكن للحاكمين أن ينجحوا فى وضع برامج فعالة للعلاقات العامة ؟ وبعبارة أخرى ، ما هى المقومات الحقيقية للعلاقات العامة ؟

أما من حيث تعريفها فانه مسألة بالغة الصعوبة . وقد واجه الباحثون فى العلاقات العامة مسألة تعريفها فقالوا : من الملاحظ أن الباحثين فى العلاقات العامة يميلون الى الكتابة عن جهود العلاقات العامة كأن هناك أرضا مشتركة

---

(١) Harold P. Levy, « A study in Public Relations» (New York: Russell Sage Foundation, 1943) P. 47.

(٢) James McCamy, « Government Publicity» (Chicago: The University of Chicago Press, 1939), Pp. 31 - 34.

للاتفاق على ما هى العلاقات العامة(١) ... على أن التحليل الدقيق لما كتب عن العلاقات العامة قد يساعد فى فهم العلاقات العامة التى تعرف بأنها مجال مفهوم جزئيا(٢) . فالكتابات المتوالية عن مجال وطبيعة العلاقات العامة تضفى على الموضوع آراء جديدة تساعد على ايجاد أساس فلسفى لهذا العلم الجديد .

وعلى الرغم من أن معظم التعاريف التى لدينا تستند الى العمل المعين الذى تقوم به مختلف الوحدات الحكومية التى تجرى دراستها ، فهناك عدة عوامل معروفة فى عمليات العلاقات العامة ، فيقول « ج. أ. ر. بيملوت » J. A. R. Pimlott مثلا : « هناك حجتان رئيسيتان يمكن تقديمهما عن العلاقات العامة الحكومية ، الأولى يمكن تسميتها بالحجة التقديرية بمعنى أن الحكومة الديمقراطية يجب أن ترفع تقريرا عن عملها للشعب ، وذلك لا يقتضى بالضرورة عنصر الاقناع .. والثانية تسمى الحجة الادارية ، ذلك أن بعض الاجراءات الادارية لا تنجح الا اذا كان الجمهور أو قطاعاته على علم كاف بالحقوق والواجبات ، أو الا اذا كان الجمهور يفهم هذه الاجراءات ويقبلها .. وقد يكون من الضرورى أحيانا التوسع فى ذلك لاقناع الجمهور حتى يتعاون(٣) » .

وقد أوضح «ادوارد ل. بيرنيز» Edward L. Bernays وهو من أوائل الباحثين فى ميدان العلاقات العامة ، ثلاث وظائف رئيسية هى الاعلام ، والاقناع ، والمواءمة ، ومن ثم عرف العلاقات العامة بأنها :

أولا : اعلام يعطى للجمهور .

ثانيا : اقناع يوجه الى الجمهور ليعدل من مشاعره وتصرفاته .

ثالثا : جهود لخلق تكامل بين المشاعر والافعال عند هيئة ما وبين مشاعر وأفعال جمهورها والعكس بالعكس(٤) .

---

(١) Rubin, op. cit, P. 15.

(٢) Ibid, P. 15.

(٣) J. A. R. Pimlott, « Public Relations and American Democracy » (Princeton: Princton University Press, 1951), P. 76.

(٤) Edward L. Bernays, «Your Future in Public Relations» (New York: Richards Rosen Press, Inc., 1961) P. 21.

وفى رأى « تشـــارلس س٠ شـــتاينبرج » Charles S. Steinberg ان « العلاقات العامة تتضمن الاستخدام الماهر لفن الاتصال للاعلام والتأثير فى الرأى العام ، ويقول ان محاولتها هى اقناع الجمهور بأهدافها وحاجاتها الاقتصادية والثقافية والاجتماعية (١) » ٠ وهذا التعريف يؤكد الفعل أيضا ٠

وثمة تعريف آخر ينادى به « ركس هارلو » Rex Harlow وهو حجة فى هذا العلم ، فهو يرى أن العلاقات العامة هى « علم تستطيع المنظمة عن طريقه ، أن تحاول فى وعى تحقيق مسئولياتها الاجتماعية ، وضمان الادراك الجماهيرى وموافقة الجمهور اللازمين للنجاح » ٠ وفى مكان آخر يصف العلاقات العامة بأنها « عملية تحليل تقيس بها المنظمة حاجات ورغبات الأطراف المعنية حتى تسلك نحوها سلوكا متوافقا(٢) » ٠

ويصف باحثون آخرون وظيفة العلاقات العامة بأنها « الجهد المخطط للتأثير ابتغاء تحقيق رأى ملائم ، عن طريق انجاز مقبول يعرض بأمانة ، ويعتمد على اتصال ذى اتجاهين ، أى أن الجهد المخطط يجب أن يعتمد على بيانات مسلم بها ومتفق عليها ، تعكس مبادىء التنفيـذ ونظام العمـل فى الشركة أو المنظمة أو الجماعة ، وبهذا المعنى تكون العلاقات العامة مبدأ من مبادىء التنفيذ أو فلسفة من فلسفات ادارة الشركة(٣) » ٠

ومع أن التعاريف التى ذكرناها تختلف فى محتواها ، نجد أن وظيفة العلاقات العامة هى وظيفة ادارة تقوم بالدراسة والتنفيذ ، أى تقوم بالبحث والعمل والاتصال ٠ ويقول فى ذلك بعض الباحثين : « ان العلاقات العامة هى وظيفة الادارة التى تقيس المشاعر الجماهيرية ، وتتبين سياسات واجراءات المنظمة تجاه مصلحة الجمهور ، وتنفذ برنامج عمل (واتصال) لكسب فهم الجمهور وتقبله(٤) » ٠

---

(١) Steinberg op. cit, P. 10.

(٢) Rex F. Harlow, «Public Relation in War and Peace» (New York: Harper and Brothers, 1943) Pr. X, 130.

(٣) Edwin Emery, Philip H Ault, and Warren K Agee, «Introduction to Mass Communications» (New York: Dodd, Meade Company, 1960) P. 330.

(٤) Quoted from «Public Relations News».

وفى التعريف السابق ، نلاحظ أن عناصر العلاقات العامة هى : البحث والعمل والاتصال ، كما نلاحظ أيضا كلمات « وظيفة الادارة » وهى تدل على أن العلاقات العامة الطيبة جزء أساسى من طبيعة الشركة ـ جمهورها ، وسياستها ، وتاريخها ، وتنورها الاجتماعى ـ وليس مجرد وعاء من الطلاء تنثره فوق سلعة قبيحة الشكل[١] • وبعبارة أخرى ، فان البرنامج الفعال للعلاقات العامة يجب أن يرسم لصالح المنظمة التى يخدمها ، ذلك أن لكل منظمة مشكلاتها ، وبيئتها ، وأهدافها ، وأغراضها ، وجماهيرها ، وهى أيضا وظيفة مستمرة • وبالنظر الى أن ثقة الجمهور هى نتيجة العلاقات العامة السليمة ـ وهى ثروة رقيقة تضيع بسهولة ـ يتعين أن تكون العلاقات العامة أمينة صادقة صريحة ذات سلطة ومسئولية ، ويجب أن تكون عادلة واقعية ، وتعمل لصالح الجمهور •

وهكذا يتبين أن العلاقات العامة أصبحت فى الوقت الحاضر عنوانا عريضا لمجال يتضمن اعلام الجماهير ، والتوعية ، والبحث ، والاعلان ، وتحليل الرأى العام ، فاذا صح هذا القول جاز لنا أن نتساءل : اذن ما الفرق بين العلاقات العامة وغيرها من وسائط الاتصال الجماهيرى ؟

يقول « مارفن م• بلاك » Marvin Black ان العلاقات العامة أكثر بكثير من الاعلام •• انها موضوع من موضوعات السياسة ، ونمط من أنماط النشاط[٢] •

كذلك فرق « بيرنيز » Bernays أيضا بين العلاقات العامة وبين الاعلام ، فهو يقول ان العلاقات العامة « قد تستخدم الاعلام أحيانا ، على ان العلاقات العامة تعتبر طريقا ذا اتجاهين ، على حين أن الاعلام طريق ذو اتجاه واحد »[٣] •

ويقول « روبين » Rubin ان الاعلام ليس الا وجها من وجوه العلاقات العامة ، ولا يشترط أن يكون جانبا من جوانب كل برنامج العلاقات العامة[٤] •

---

(١) Marston, op. cit., P. 5.

(٢) Marvin M. Black, «Public Relations for Municipalities» (Municipal Study Series no 11, 1950) P. 2.

(٣) Bernays, op. cit., P. 21.

(٤) Rubin, op. cit. P. 77.

ثم يضيف قائلا : « ان بعض الباحثين الجادين للاعلام يشيرون الى بعض أخطار الخلط بين العلاقات العامة وأحد مقومات الاعلام وهو الدعاية »(١) ٠

ومع أن أهداف العلاقات العامة وأهداف الدعاية واحدة تقريبا ، فان طرق أدائهما تختلف اختلافا ملحوظا ، « فالعلاقات العامة تستهدف — عن طريق الاقناع الأمين — التأثير على الرأى العام لما فيه صالح الجمهور الحقيقى ، على حين ان الدعاية — على النقيض من ذلك — تستهدف التلاعب بالعقول وتشويه الحقائق ، والتدخل فى حرية الاختيار(٢) » ٠

وعلى ذلك ، فالعلاقات العامة تشكل عملية هامة تتمثل فى تزويد الجمهور بكل الحقائق المتصلة بموضوع ما ، وتمكينه من تكوين آراء منطقية سليمة حول المسائل المختلف عليها ، فأكثر الناس معرفة هم أقدر الناس على الوصول الى آراء واختيارات ذكية تقوم على أساس التفكير العقلى ٠ والواقع انه عن طريق التعليم الرسمى واتساع نشر المعرفة بوسائل الاتصال الحديثة ، أصبح لدى الناس كثير من البيانات حول المسائل المختلف عليها ٠

ولا تقتصر وظيفة العلاقات العامة على نشر الحقائق الخاصة بالمسائل المختلف عليها وانما تتضمن هذه الوظيفة اثارة اهتمام أكبر بالمسائل التى يواجهها الجمهور، فالجمهور غير المكترث يجب أن يحفز الى التعبير عن آرائه ، وأن يشترك فى تكوين رأى الجماعة ٠ وبعبارة أخرى ، فان العلاقات العامة تضطلع بمسئولية تحويل المواقف والمشاعر السالبة عند أفراد كثيرين الى آراء موجبة حول المسائل المختلف عليها ، فالمشاعر السالبة لا تخلق الرأى العام المطلوب للعملية الديمقراطية ٠ ذلك أن تكوين الرأى العام فى الدولة الديمقراطية ، يعتمد على تدفق الحقائق والمعلومات كهدف أساسى من أهداف العلاقات العامة ٠ فالعلاقات العامة تشجع الجمهور على تكوين آراء حرة مسئولة تحقق الاشباع الصحيح الصادق لحاجاته ؛ فالبيانات غير المغرضة ، التى تصل للجمهور عن طريق العلاقات العامة تزود الجمهور بحقائق ضرورية لقيام وظيفة المجتمع الديمقراطى التقدمى ، فالديمقراطية تعيش وتنمو عن طريق نشر الحقيقة والصدق اللتين يمكن للعلاقات العامة أن تزود بهما ، فالعلاقات العامة والديمقراطية اذن تحاولان أن تحققا الأهداف المشتركة بين الحرية والحق ، فكلاهما تريد أن تصبح وسائل الاتصال الجماهيرية خادما لهما لا سيدا عليهما ٠

---

(١) Ibid, P. 78.

(٢) Confield, op. cit, P. 41.

ما هو اذن الفرق بين العلاقات العامة والاتصال الجماهيرى ؟

ان العلاقات العـامة وظيفة اجتماعية ، أما الاتصـال الجماهيرى فوظيفة ميكانيكية ٠

فالاتصال الجماهيرى ليس الا مجرد الأسلوب الميكانيكى الذى يستخدمه رجال العلاقات العامة ليقولوا ما يريدون قوله عن المنظمـات التى يمثلونهـا فالصحف مثلا ليست الا وسيلة اتصال فى العلاقات العامة ، واعـلان الحائط وسيلة أخرى ، والاعلان بالتليفزيون أو الراديو وسيلة ثالثة ، فالعلاقات العامة اذن هى برنامج كلى على حين ان الاتصال الجماهيرى هو الوسيلة لاعلام الجمهور ٠

وما مكان العلاقات العامة فى ادارة الحكم ؟

ان نشاط العلاقات العامة قد اتسع ، فنتيجة لتزايد وظائف الحكم من حيث العدد والتعقيد أصبحت هناك حاجة ماسة لتفسير عاطف لعمل الحكومة ٠ فالحكومة الآن تحتاج الى تعاون المصالح التى تؤثر فى تحقيق أغراضها كما أن الرأى العام بحاجة لأن يعرف ما تحاول الحكومة أن تفعله(١) ٠

ومن ثم أصبحت العلاقات العامة العمود الفقرى فى الثقة بالجماهير ، فهى تعطى الحاكمين الفرصة لتعليم الرأى العام والتأثير فيه تأثيرا يخدم مصالح الجهة التى تمثلها تلك العلاقات ، فيجب أن تعتبر العلاقات العامة جزءا حيويا من عمل كل وحدة حكومية(٢) ٠

وهكذا دخلت الحكومة ميدان العلاقات العامة ، فوظيفة الاعلام فى الحكومة تقوم على افتراض أن رجل الشارع لا يفهم مشكلات الحكم ، وان هذه المشكلات يجب أن تقدم له بصورة تجعل الجمهور والجماعات الخاصة تفهمها وتتعاطف مع الحكومة ٠ فالمسئولية الأولى للعلاقات العامة هى خلق وعى بالانشطة الحكومية على مستوى مناسب للجمهور ، الأمر الذى لا يمكن تحقيقه الا عن طريق التحرى أو الاستعلام المستمر من جانب الحكومة لتحديد مشاعر الجمهور ، ولتزويد الجمهور بالمادة الحقيقية الصافية والمعلومات التفسيرية ٠

---

(١) J. A. Corry, « Elements of Democratic Government».

(٢) Rubin, op. cit, P. 25.

وهكذا أصبحت العلاقات العامة « أداة هامة فى الادارة الحكومية[١] » ، ولكن من هو المسئول عن هذه الوظيفة ؟ هل يجب أن تكون المسئولية خاصة بخبير فى العلاقات العامة ، أم تكون مسئولية كل رجال الحكومة ، كبارهم وصغارهم ؟

يقول بعض الباحثين ان العلاقات العامة ليست وظيفة ينفرد بها عدد قليل من الأخصائيين وانما هى وجه من وجوه الحكم ، فالادارة تضـــع السياســات والموظفون ورؤساؤهم ينفذونها ، فحين يعمل الفريقان معا تسير العلاقات العامة على أساس سليم[٢] .. ذلك ان كل موظفى الحكومة كبارهم وصغارهم ، ولا سيما الذين يتعاملون مباشرة مع المواطنين ، هم فى الواقع رجال علاقات عامة ، سواء أدركوا ذلك أو لم يدركوه[٣] ، فهؤلاء الموظفون قد يسعدون الجمهور بشعور من الترحيب والمعاونة ، أو قد يضايقونه بشعور التعالى ومظاهر السلطة ، وبعبارة أخرى فان المسئولية لا تقع على موظف العلاقات العامة وحده ، بل تقع على كل عضو فى المنظمة ، كذلك ليست العلاقات العامة وظيفة اصدار نشرات أو أخبار أو خطب على وجبات طعام الولائم ، أو معارض أو مواعظ تقــوم على عموميات غامضة ، وانما هى مجموع العلاقات العامة التى تنتجها أجهزة الحكومة ، فالرأى العام الملائم انما تصوغه طبيعة الأجهزة الحكومية .

ولقد أكد « بول ابلبى » Paul Appleby فكرة ان كل مسئول أو موظف عام يجب أن يكون رجل علاقات عامة ، فانه بسلوكه وخلقه واتصالاته بالمواطنين يخلق الرغبة الطيبة والسمعة الحسنة ، ويمضى هذا الباحث قائلا : « وهذا يقتضى من ناحية تقييما لضرورة ان تعرض جهود المسئولين فى الحكومة والعمل الحكومى على المواطنين وعلى الجمهور الذى يتأثر بهم ، ويقتضى من ناحية أخرى قدرة على تأمل رد الفعل المتوقع والتماس العذر له ، ويتضمن كذلك القدرة على العمل بسرعة على ادخال تعديلات ادارية طفيفة اذا كان من شأن ذلك أن يؤدى الى التخفيف من حدة التوتر العام ، كما يتضمن القدرة على الاحساس بالتغــيرات

---

(١) James L. McComy, «Government Publicity» (Chicago : The University of Chicago Press, 1939) P. 7.

(٢) J. H. Wright and B. H. Christian, « Public Relations in Management » (New York : McGraw - Hill, 1949) P. 3.

(٣) See : Elton D. Woolpert, «Municipal Public Relations» (The International City Managers' Association, 1940).

السياسية فى المراحل الباكرة من ظهورها ، وتغيير برنامج المنظمة تدريجيا تبعا لذلك » (١) .

ويقول فى ذلك باحث آخر : « ان المشاركة الكاملة هى أمر حيوى فى كل برنامج : ففى أى برنامج علاقات عامة ناجح من الضرورى أن يقوم أعضاء المنظمة جميعا ، كل بدوره الخاص به .. وفلسفة العلاقات العامة السليمة والاعتراف بأهميتها يجب أن ينفذا فى كل جانب من العمليات المشتركة فالعلاقات العامة ليست شيئا يمكن اسناده الى عدد قليل من الناس ثم ينسى »(٢) .

ويقول « روبين » Rubin ان برنامج العلاقات العامة « لا يمكن أن ينعكس بصورة طيبة على ادارة ما الا اذا كانت هذه الادارة سليمة أساسا »(٣) .

وقد أكد « ليو مارجولين » Leo Margolin هذه الفكرة بأن قال ان كل الموظفين يجب أن يكونوا رجال علاقات عامة ، ثم مضى يقول : « ان رجل العلاقات العامة ليس ساحرا ولا رجلا خارقا للعادة ، فهو لا يستطيع أن يستخرج رائحة أزهار جميلة من أعشاب مرة قبيحة وانما يستطيع رجل العلاقات العامة أن يقترح كيف يمكن خلق علاقات عامة ، لكن على الموظفين فى المصلحة أن يحسنوا تنفيذ اقتراح رجل العلاقات العامة » .

وفى هذا الصدد يعرض « ستيوارت هارال Stewart Harral البيان التالى الذى يبين ماذا يستطيع رجل العلاقات العامة أن يفعله : « ماذا يستطيع المدير أن يفعله لتحسين العلاقات العامة ؟ .. عليه أن يحس بالاتجاهات وأن يتوقع الأخطار ويجب أن يكون ذا ادراك غريزى بأهمية الأحداث المعاصرة ، وعليه أيضا أن يضع برنامج علاقات عامة جيد التنظيم واسع النطاق ، فعالا ، ممكن التحقيق .. عليه أن يبذل جهدا خاصا للوصول الى من يصنعون الرأى ، أولئك الرجال والنساء الذين تلمع آراؤهم وأفكارهم بين جماعاتهم وأصدقائهم »(٤) .

---

(١) Paul Appleby, op. cit., P. 43.

(٢) Bertrand R. Canfield, «Public Relations, Principles, Cases, and Problems» (Homewood Illinois: Richard D. Irwin Inc., 1960), P. 13.

(٣) Rubin, op. cit.., P. 25.

(٤) Stewart Harral, «Tested Public Relations for Schools» (Normal, Oklahoma: University of Oklahoma Press, 1952), P. 5.

ولقد أكد « برنارد روبين » Bernard Rubin الحاجة الى مديرين عامين مسئولين عن العلاقات العامة ، يتولون باسمرار شرح وتوضيح الأنشطة ، وتحليل تفاعل الجمهور بهذه الأنشطة ، ثم مضى يقول : « ان أنصـار العلاقات العـامة الحكومية على وعى بحقيقة واضحة هى أن السلطات العامة لا تستطيع الرد على كل اتهام ، ولا تستطيع تفسير كل نشاط تقوم به ، ولا شك أن مجرد تصوير كل عمل لا يعتبر علاقات عامة ، بل ان هؤلاء الأنصار يعتقدون أن على الحكومة ألا توضح أو تشرح الا الأنشطة ذات القيمة المحددة(١) » ٠

ويقول باحث آخر : « ان الممارسين لمهنة العلاقات العامة يحاولون القيام بعمل فعال ، ومع انه ما يزال هناك شعور سائد بين المسئولين فى الحكومة بأن الرجل النظرى الذى يقيم فى برج عاجى ، لا يؤثر الا أقل التأثير فى الشخص الذى يصنع القرارات(٢) ، فان حقيقة رجال العلاقات العامة تبشر فعلا بالخير » ٠

على أن هناك بعض الشروط التى يجب أن تتوافر فى رجال العلاقات العامة ٠ يقول فى ذلك « بيرنيز » Bernays ان الخلق والأمانة والاستقامة هى أهم شروط شخصية رجل العلاقات العامة الممتاز(٣) ، ثم يمضى فى تحديد هذه الشروط المطلوبة فيقول : « ان رجل العلاقات العامة الممتاز يجب أن يـكون على معرفة بالاساليب الفنية المحددة : مهارات الفنان والصحفى وخبير التنظيم ٠ ومن أهم الشروط التى يجب توافرها فى رجل العلاقات العامة الممتاز أن يكون لديه وعى ذكى متواصل بالحياة وحب استطلاع فكرى لكل جوانب الجهد الانسانى ٠٠ على رجل العلاقات العامة أن تكون لديه معرفة واضحة بالميادين التى يعمل فيها ٠٠ ومن الصفات الملموسة صدق الحكم ٠٠٠ وصدق الحكم هو القدرة على تقييم كل العوامل فى موقف ما (٤) » ٠

والواقع أن التقييم خطوة أساسية فى أى اجراء تجريه العلاقات العامة ويقول فى ذلك « البرت ليبوسكى » Albert Lepawsky « ان سياسة العلاقات

---

(١) Rubin, op, cit., P. 17.

(٢) Edward L. Bernays, « Your Future in Public Relations» (New York: Richards Rosen Press, Inc., 1961) P. 31.

(٣) Ibid, P. 63.

(٤) Ibid, P. 63.

العامة المستنيرة تعمل على أن تكتشف حالة عقل الجمهور المعنى بهذه العلاقات(١) ويتضمن التقييم الكشف عن المشاعر والآراء التى تعتنقها جماعة الشعب التى يراد توجيه العلاقات العامة اليها ، وقد تساعد على القيام باختبار مسبق لأجهزة الاتصال والنداءات قبل البدء فيها على نطاق واسع . ولقد أوضح « جون مارستون » .. John Marston ذلك فى معادلة تقوم على أساس الجمع بين البحوث ، والعمل ، والاتصال ، والتقييم . ذلك أن كل خطوة من الخطوات سالفة الذكر تؤدى الى الخطوة التى تليها ، والنتيجة انها تؤدى الى عمل محدد(٢) » .

(٩) التجربة المصرية

فى سنة ١٩٥٣ ، أصدر مجلس الوزراء المصرى قانونا بانشاء مكاتب للعلاقات العامة فى كل وزارة ، وذلك بقصد تحقيق الأهداف التالية :

أولا : تعريف المواطن بالأحداث الجارية ، وتزويدهم ببيانات دقيقة عنها .

ثانيا : توضيح وشرح النشاط الحكومى ، والنشاط المتعلق بمؤسسات القطاع العـام .

ثالثا : اجراء الاستفتاءات والاحصاءات للتعرف على رغبات الجمهور وحاجاته .

وقامت مكاتب العلاقات العامة فى الوزارات والمصالح والمؤسسات العامة ، بتنمية التعاون بين اداراتها من ناحية والجمهور من ناحية أخرى .

وحينما أنشىء « معهد الرأى العام والاعلام » فى سنة ١٩٥٥ ، حرص المعهد على تقديم تدريب مهنى مركز فى مجال العلاقات العامة . ذلك أن التوسع فى خدمات العلاقات العامة ابتداء من سنة ١٩٥٣ أدى الى استخدام موظفين لم يسبق تدريبهم على فنون العلاقات العامة وما يتصل بها من دراسات ، فقد كان اختيارهم يتم

---

(١) Albert Lepawsky, «Administration, The Art and Science of Organization and Management» (New York: Alfred A - Knopf, 1960) P. 556.

(٢) John E. Marston, « The Nature of Public Relations » (New York: McGraw - Hill Book Company. Inc., 1963), P. 169.

على أساس شخصي بحت ، مثل حسن مظهرهم أو درايتهم بالأعمال التى تخصصوا فيها ، ومن ثم ، فقد كانوا يمثلون خليطا من مهن متعددة مختلفة ، فمنهم المهندس المدنى أو المهندس المعمارى أو ضابط الشرطة أو الطبيب أو الباحث الاجتماعى أو المدرس • وترتب على ذلك أن المجال الحقيقى لعمل العلاقات العامة كان غامضا وعشوائيا ، بل ان بعض الادارات والمصالح كانت تكلف موظفى العلاقات العامة بانجاز بعض الشئون الشخصية لكبار الموظفين ، كاستقبال الضيوف مثلا •

وهكذا وجد موظفون للعلاقات العامة فى كل مكان فى الحكومة وفى قطاع الأعمال وفى التجارة وفى الهيئات الفنية ، وكلهم تقريبا غير مدربين أو فى معظم الأحوال يكون تدريبهم شكليا وبصفة غير رسمية ، كما ان معظم الممارسين جاءوا طبعا من أى مكان وبأية خلفية دراسية • وباستثناء خريجى قسم الصحافة بكلية الآداب بجامعة القاهرة ، لم يكن هناك برنامج صحيح لتدريب رجال العلاقات العامة ، على أنه يصعب الاعتقاد بأن الدراسات الصحفية تسمح بتدريب كاف فى العلاقات العامة •

وازاء هذا النقص ، وضع المعهد منذ تأسيسة فى سنة ١٩٥٥ ، نظاما دراسيا مدته عام كامل لتزويد موظفى العلاقات العامة بمناهج عامة وخاصة فى العلاقات العامة • وفى ضوء التجارب والخبرات الحديثة ، وضع المعهد منهجا دراسيا لسد حاجات الموظفين القائمين فعلا بشئون العلاقات العامة ، فكان يجرى تدريبهم على مستوى وضع السياسة والعمليات معا ، غير أن هؤلاء الموظفين كانوا غير قادرين على الالمام بالأقسام الفرعية التى تندرج تحت هذين البابين ، ومن ثم تركز الاهتمام على أن ننمى فى الدارسين القدرة على مواجهة المشكلات حين تظهر ، عن طريق وضع برامج علمية تتناول شتى ميادين العلاقات العامة •

وكان المعهد يقصد ـ فى الواقع ـ أن يزود هؤلاء الموظفين ببعض الخبرات عن فنون وأساليب وطرق مزاولة العلاقات العامة • ومن الدراسات الهامة المتصلة بذلك ، دراسة علم الاجتماع ، وعلم النفس الاجتماعى ، والسياسة من حيث النظرية والتطبيق ، والتاريخ ، واللغات الاجنبية ، والاقتصاد ، والادارة العامة ، مع توجيه عناية خاصة بالعمل الجدى فى البحوث والمشكلات الخاصة بالعلاقات العامة • وفوق ذلك كله ، فان المنهج الدراسى يتميز بالمرونة ، فالمعهد ـ كغيره من الجهات المعنية بالدراسة الاجتماعية ـ يستجيب للاتجاهات الجارية ما بين اجتماعية واقتصادية ، أو سياسية ، وقد أكدت ادارة المعهد العلاقة الحيوية بين ما يقدمه برنامج المعهد وبين الوضع القومى أو الدولى •

ولا يقبل المعهد الا عددا محدودا من خريجى الجامعات فى كل سنة ، على ان القبول لا يقتصر على موظفى مصلحة الاستعلامات ، بل يمتد أيضا الى موظفى

أقسام العلاقات العامة بمختلف الوزارات وغيرها من الهيئات والشركات ·
وتفحص طلبات المتقدمين بمعرفة لجنة القبول ، وعلى الطالب أن ينجح فى امتحان
تحريرى فى اللغة الانجليزية وفى مقابلة شخصية ، وترى لجنة القبول أن المعهد
ليس مسئولا فحسب عن اعداد موظفين للعلاقات العامة ، وانما هو مسئول أيضا
ىن اعداد رؤساء مكاتب العلاقات العامة الذين قد يشغلون مناصب قيادية بفضل
تفهمهم التام لوظيفة التنظيم ، ويقبل المعهد كذلك موظفين من البلاد العربية
والافريقية على أساس الزمالة ·

والى جانب الدراسات الجامعية ، يدعو المعهد بعض الوزراء لالقاء محاضرات
توضح سياسة مصر بالنسبة للمسائل القومية والدولية ·

* * *

والواقع ان مكاتب وادارات العلاقات العامة ـ بفضل اشراف معهد الرأى
العام والاعلام ـ قد برهنت على جدواها ، قبل وبعد العدوان الثلاثى على مصر
سنة ١٩٥٦ · فحين أدركت مصر من العاصفة التى أثارتهما الحكومتان البريطانية
والفرنسية حول تأميم قنال السويس ، احتمال وقوع تدخل مسلح ، طلبت من
معهد الرأى العام والاعلام أن يجمع بيانات حول الموضوعات التالية :

أولا : مشاعر الجماهير حول تأميم قنال السويس ·

ثانيا : الاجراءات الدفاعية الاحتياطية ، اذا ما قررت بريطانيا وفرنسا أن
تستعملا القوة ·

ثالثا : مشاعر الدول التى يحتمل أن تؤيد مصر فى حالة وقوع أى عدوان ·
وكشفت هذه البيانات التى استنبطت من عشرين تقريرا ، بالنسبة لتأميم
قناة السويس عن النتائج التالية :

- أيد الرأى العام المصرى هذا الاجراء بنسبة ٨ر٩٢٪ ·
- وعارضه ٤ر٣٪ ·
- والتزم الحياد ٨ر٣٪ ·

ولقد بنى الرأى العام تأييده على أساس أسباب مختلفة منها :

- القضاء على آثار التبعية والاستغلال والسيطرة ٠

- القضاء على التدخل الأجنبى فى الحياة القومية للبلاد ٠

- رغبة الجمهور فى اتخاذ موقف رافع للرأس أمام الغرب فى مواجهة هذا التحدى ٠

- تمكين مصر من الحصول على الرسوم والمكوس التى كانت تتقاضاها من البواخر التى تعبر قناال السويس ، وهى رسوم ومكوس يمكن استخدامها فى انشاء السد العالى ٠

أما الذين عارضوا اجراء التأميم فقد ذكروا الأسباب التالية :

- كان يجب على الحكومة أن تنتظر حتى سنة ١٩٦٨ ـ تاريخ انتهاء عقد الامتياز ـ بدلا من تعويض حملة الأسهم ٠

- قد تسحب الدول الغربية مرشديها من القناال ، وبذلك تصبح مصر فى وضع يتعذر عليها فيه ادارة القنال ٠

- قد تتحول السفن الغربية عن القنال ، ويفقد العمال المصريون وظائفهم وتفقد الدولة عائداتها من القنال ٠

- قد تساعد دول الغرب اسرائيل على حفر قناة أخرى موازية للقناة المصرية بين ايلات والبحر الابيض المتوسط ٠

- وأخيرا ، فان الاذعان سيجنب البلاد الضغوط السياسية والاقتصادية من جانب الكتلة الغربية ٠

أما الاجراءات الدفاعية الاحتياطية فقد اقترح الرأى العام ما يلى :

أولا : يجب أن تقسم البلاد الى مناطق اقليمية ، يرأس كل منطقة منها قائد يضطلع بمسئولية محاربة المعتدين ، من قرية الى قرية ، ومن شارع الى شارع دون استسلام ، ويجب انشاء مواقع تدريب للحرس الوطنى وللفدائيين ٠

ثانيا : يجب ردم قناة السويس من بور سعيد الى السويس اذا ما قررت بريطانيا وفرنسا غزو مصر ، ذلك أنه يجب أن يتعلم المصريون من تجارب عرابى

الماضية حين رفض نصيحة قواده بردم الممر المائى ، وما ترتب على ذلك من سهولة غزو مصر فى سنة ١٨٨٢ ٠

ثالثا : يجب الاستيلاء بسرعة على القاعدة البريطانية فى منطقة القنال لتستخدمها مصـــر ٠

رابعا : يجب تفجير أجزاء من خط أنابيب البترول ، وتدمير بعض محطات الضخ فى العالم العربى لمنع البترول من التدفق الى المعتدين ٠

وأما بالنسبة للدول التى قد تؤيد مصر أثناء العدوان فقد رتبها الرأى العام كما يلى :

سوريا ، السعودية ، الأردن ، ليبيا ، الكتلة الافريقية فى الأمم المتحدة ، الهند ، أندونيسيا ، الباكستان ، سيلان ، دول شرق أوروبا ، الاتحاد السوفييتى، الصين ، الولايات المتحدة ، الأمم المتحدة ، ولكن دون ثقة فى فعاليتها ، فقد عانى العرب من العلاقات غير المواتية مع الأمم المتحدة منذ احتدام مشكلة فلسطين ٠

وفى أواخر أكتوبر سنة ١٩٥٦ واجهت مصر العدوان الثلاثى ، لا لأنها أممت قناة السويس ، ولكن لأن « حكومتى بريطانيا وفرنسا ارادتا استعراض العضـلات بدلا من التسـوية السـلمية » وكان الغـرض الرئيسى من العـدوان الثلاثى هو اسقاط عبد الناصر ، واحتلال منطقة القنال ، وفرض تسوية لصالح اسرائيل ٠ وبدأت اسرائيل المسرحية لتتيح لبريطانيا وفرنسا فرصة للتدخل ، وكان الهجوم الاسرائيلى مجرد جزء من خطة تسمح للدولتين الكبيرتين بأن تعودا بقواتهما الى الأراضى المصرية واملاء سياستهما على مصر ، وهكذا كان الغزو الثلاثى ينفذ « طبقا لخطة واحدة أعدت مقدما » ٠

والواقع أن كلا من هذه الدول المعتدية الثلاث كان لها قضية ضد مصر ، فبريطانيا كانت معنية أصلا بنفوذها فى الشرق الأوسط وباعادة فرض سيطرتها الكاملة على قناة السويس بوصفها الطريق الرئيسى لسفنها الى الشرق ومنه ، والشريان الرئيسى لتدفق بترول الشرق الأوسط الى أوروبا ، أما قضية فرنسا فكانت تقوم على أساس ضياع سيطرتها على القنال الى جانب المساعدة المصرية للثوار فى الجزائر المستعمرة ٠ وأما من وجهة النظر الاسرائيلية فان العدوان كان يستهدف تحقيق « أحلام » دينية وتاريخية ، وخطط استراتيجية توسعية ، بحجة الدفاع عن النفس ٠ وبعبارة أخرى كان العدوان الاسرائيلى يستهدف :

(أ) ازالة العقبة الرئيسية ـ مصر ـ التى تعوق تحقيق الهدف المأمول من اقامة دولة اسرائيل الكبرى ٠

(ب) كسب الوصول الحر الى البحر الأحمر عن طريق خليج العقبة ، وحرية مرور السفن الاسرائيلية فى قناة السويس ٠

(ج) احتلال سيناء والاستيلاء على أرضها لزيادة الرقعة الاستراتيجية لاسرائيل حتى يسهل ايجاد مكان لمهاجرين جدد من اليهود ٠

وكانت الظاهرة البارزة فى خطة العدوان هى جر القوات المصرية الى سيناء لمواجهة العدو الاسرائيلى تاركة للمعتدين الانجليز والفرنسيين فرصه احتلال القناة غير المحمية والتقدم الى القاهرة ، عاصمة البلاد ٠ وقصد بذلك أن تكون شبه جزيرة سيناء مصيدة للقوات المسلحة المصرية ٠ وكانت الخطة موضوعة على أساس أنه بمجرد أن تدخل معظم القوات المسلحة المصرية سيناء وتصبح البلاد مفتوحة وخالية من أى غطاء ، تقوم قوة جوية متحالفة قوامها ١٥٠٠ طائرة بتركيز قذائفها للقضاء على هذه القوات ، على أن تدعم هذه الطائرات قوات الهجوم الاسرائيلى ، وبذلك يضمن الغزاة القضاء المبرم على الوحدات المصرية ٠

كذلك لم يكن العدوان الثلاثى يستهدف تدمير القوات والمعدات المصرية فحسب ، بل كان يستهدف كذلك استسلام البلاد ، وكان مفروضا أن يتخذ الهجوم أربع صور أساسية هى الصورة الحربية (جوا ، وبحرا ، وبرا) والصورة الاقتصادية ، والصورة السياسية ، والصورة السيكولوجية ٠ على أن المعتدين ركزوا بشدة على الصورة الرابعة التى نسقت مع العمليات العسكرية وعززتها ، فقد استخدموا مروجى الاشاعات كوسيلة لشن حرب دعائية وفى الوقت الذى راجت فيه الشائعات ، كانوا يستهدفون العمل على تغيير الفكر الجماهيرى ٠

وبعد أن قامت انجلترا وفرنسا بعدوانهما على السويس ، ضربتا بالقنابل محطات اذاعة الحكومة المصرية حتى لا يصل « صوت القاهرة » الى العرب فى كل مكان من العالم ، وسرعان ما حولت الحكومة البريطانية وسائل الاتصال بالجماهير الى أدوات دعاية للحرب ، واتخذت من محطة الشرق الأدنى للاذاعة العربية فى قبرص ــ والتى كان بعض العرب يستمعون منها الى ترتيل القرآن الكريم ــ الوسيلة الرئيسية لنشر دعاية الحرب تحت اسم « صوت بريطانيا » ، وأرسلت عشر محطات سرية نفس البرنامج لبذر الاضطرابات الفكرية والتناقض والبلبلة والفزع فى البلاد العربية بصفة عامة ، وفى مصر بصفة خاصة ؛ كذلك وزع المعتدون نشرات دعائية لهذا الغرض ٠

وبهذه الطريقة كانت القوات المعتدية تأمل فى خلق ظروف مناسبة لاستقبال دعاية معادية ، فالشائعات تروج فى غيبة الأنباء أو حين لا تذاع الأنباء بوضوح أو حين تتضارب نشرات الأنباء التى تصل الى الجمهور أو من جراء عجزه عن فهم الأنباء التى يتلقاها • وبعبارة أخرى ، فانه فى غيبة الاعلام والبيانات الموثوق بها يتشجع انتشار الشائعات ، كما أن الغموض يغذى الشائعات ويدعمها ، ولا بد من اتخاذ اجراءات مضادة فورا •

وأثناء الهجوم على السويس ، قسمت مصلحة الاستعلامات - بوصفها هيئة العلاقات العامة للدولة كلها - الجمهورية المصرية الى مناطق اقليمية يرأس كلا منها موظف كبير تقع عليه عبء المسئولية الكاملة عن التعاون مع السلطات المحليه فى تعبئة الشعب والارتفاع بالجماهير الى مستوى الاحداث الجارية ، وأنشئت محطات اذاعة محلية لاذاعة الأنباء • وكان على المناطق الاقليمية أن تبلغ فورا عن أية شائعة الى « معهد الرأى والاعلام » لتحليلها ولمساعدة المسئولين فى مقاومة أثرها ، وفيما يلى عينات مختارة من الشائعات التى راجت فى مصر أثناء أزمة السويس ، مع الاشارة الى الطريقة التى عالجها بها المسئولون • وللتبسيط نقسم هذه الشائعات الى ثلاثة أنواع رئيسية :

أولا : شائعات الأمل : وتعبر هذه الشائعات عن رغبات وآمال أولئك الذين تروج الشائعة بينهم ، ومن أمثلة هذا النوع ما يلى :

- المدفعية المصرية أسقطت طائرات الأعداء •
- كتيبتان من المظليين قتلتا فى بور سعيد •
- فجرت سوريا خطوط أنابيب البترول •
- القوات الروسية ، وصلت الى بور سعيد •
- ايزنهاور ، عارض العدوان •
- همرشلد ، إستقال احتجاجا على العدوان •
- متطوعون من الكتلة الشيوعية على استعداد لمحاربة المعتدين•

ثانيا : شائعات اليأس : وهى عكس شائعات الأمل ، لأنها تعتمد على نشر الخوف والقلق مثل :

- أبيد الجيش المصرى كله فى سيناء ·
- الطائرات الميج المقاتلة دمرت عن آخرها ·
- القوات الانجليزية والفرنسية وصلت الى الاسماعيلية ، وتناقش الآن اتفاقية وقف النار مع المسئولين المصريين ·
- مصر فقدت كل معداتها الروسية فى سيناء ·
- ايدن وضع خطة لاحتلال مصر كلها لا منطقة السويس وحدها.
- اسرائيل ستطرد المصريين من بيوتهم كما فعلت فى فلسطين·

ثالثا : شائعات « دق الاسفين » وتحويل الولاء ، مثل :

- عبد الناصر هو المسئول عن الخطر الحالى ·
- عبد الناصر متهم ومدان بالنسبة للموقف الحاضر ·
- عبد الناصر هو « هتلر العرب » أو « دكتاتور النيل » ·
- عبد الناصر وعائلته هربوا من القاهرة ·
- المصريون غير متحدين ·
- المتظاهرون يهتفون « يسقط عبد الناصر » ·
- الحكومة المُصرية انهارت ، وأعضاؤها فروا من مصر ·
- عبد الناصر ، أطلق عليه الرصاص من جانب الكوماندوز البريطانيين ·

ولما كان « معهد الرأى العام والاعلام » على وعى بأثر الشائعات وقوتها وخصوصا فى وقت الحرب فقد اهتم بجمع الشائعات وتصنيفها وتحليلها ، واقتراح البرامج الاعلامية الكفيلة بالقضاء على الدعاية المعادية التى تستهدف تشكيك المصريين فى قادتهم وفى أنفسهم ، فالشائعات حين تروج تجرف الجمهور معها ، وكلما ترددت الشائعة اشتد صداها · وعلى ذلك فالشائعة قد تنشأ فى مبدئها نتيجة تطفل أو حب استطلاع أو اشتباه ، لكنها بعد تداولها تغير من اتجاه تفكير الجمهور ومن خط سير الرأى العام ·

وليس هناك طريق واحد لقمع الشائعات ، فالشــائعات تعكس الآمال والمخاوف والعداءات المكبوتة عند الجماعة ، ولذلك يجب أن تعد لكل حالة برامج اعلامية خاصة بها ، فاذا أخذنا فى الاعتبار الأساس التكنولوجى والاجتماعى والاقتصادى فى مصر سنة ١٩٥٦ ، لوجدنا أنه كان هناك من الأسباب ما يشكك فعلا فى قدرة مصر على مواجهة العدوان الثلاثى ، على أنه كان من الصعب قبول بديل من الصمود المستمر للاحتلال البريطانى — أى قبول سيطرة انجليزية — فرنسية — اسرائيلية . وكان واضحا ، بصرف النظر عن الدعاية المدمرة التى كان الأعداء يحاولون نشرها ، أن الشعب لن يظل بلا حراك ، فقد كان الجمهور يرى أن البلاد تتعرض لحرب طاحنة .

وفى الثانى من نوفمبر سنة ١٩٥٦ توجه عبد الناصر لصلاة الجمعة فى جامع الأزهر الشريف فى عربة مكشوفة ليعرف الناس أنه موجود ، وكان يحيط به قادة الثورة ، وعلى الرغم من الغــارات الجوية على القاهرة كان النــاس على الصفين فى الطريق الى المسجد يهتفون « سنحارب ... سنحارب » . وفى الوقت نفسه ، أمر عبد الناصر بتوزيع عدة مئات الألوف من البنادق على الجمهور الذى انهالت عليه نشرات الدعــاية الانجليزية الفرنســية وانهمرت عليه الاذاعات المعادية .

ومن صحن المسجد الشريف ، ألقى عبد الناصر بأسلوبه الخطابى الجذاب خطابا دعم فيه الثقة بقيادة الدولة ، وجدد الثقة فى وسائل الاتصال النظامية .

والى جانب توزيع هذا الخطاب لاعلام الناس فى الداخل والخارج ، لم تدخر مصلحة الاستعلامات — بوصفها هيئة العلاقات العامة للدولة كلها — وسعا لاذاعة أقصى ما يمكن من الأنبــاء وبأسرع ما يمكن ، وأصبح الاعلام ميسورا عن طريق شتى وســائل الاتصال الجمــاهيرى . وصدرت بيانات صحفية وتعليقات من المسئولين أرسلت الى كل أنحاء العالم عن طريق مكاتب الاعلام فى الخارج ، ودعى مراسلو الصحف المحلية والاجنبية لزيارة منطقة القتال ليروا بأنفسهم ، فمثلا حين اذاعت وزارة الحرب الفرنســية أن « قوات الحلفاء اســتولت على مدينــة الاسماعيلية » كان المراسلون الأجانب بعد ساعتين يبرقون الى وكالاتهم بأنباء تنفى هذه الرواية ، كذلك فان طائرات العدو التى اسقطت عرض حطامها فى الميادين العامة ليرى الناس بأعينهم أن مقاتلات الأعداء لم تكن تعود الى قواعدها بسلام كما كان الأعداء يزعمون .

وبالنظر الى أن غالبية المصريين تتمتع بنزعة مرح رقيقة وحب قوى للأغانى ، فقد أعدت أغنيات وطنيةتردد انشادها ، فى الأيام الأولى من العدوان الثلاثى ،

وكانت أغنيات وطنية فى انشائها ، أوحت بها روح المقاومة والكفاح التى شملت البلاد كلها فى هذه الحرب الطارئة. • والواقع أن تلك الأغانى الوطنية كانت أكثر فعالية من أبلغ المقالات الصحفية التى نشرت فى ذلك الحين •

وهكذا أفلحت فنون العلاقات العامة الحديثة فى مواجهة الدعاية المعادية ، وذلك عن طريق اتباع قواعد عامة هى ما يلى :

أولا : تأكيد الثقة فى وسائل الاتصال المنتظمة •

ثانيا : تنمية الثقة القصوى فى القادة •

ثالثا : نشر أقصى ما يمكن من الأنباء بأسرع ما يمكن •

رابعا : جعل الاعلام ميسورا بأقصى ما يمكن •

خامسا : تجنب التراخي والملل والانهيار الشخصى •

سادسا : القيام بحملات ضد مروجى الاشاعات •

وقد أسهمت هذه الحملات اسهاما كبيرا لا فى تعبئة الرأى العام الداخلى فحسب بل وفى تعبئة الرأى العام العالمى أيضا • وازاء المقاومة العنيفة التى واجهها العدو فى بور سعيد ، وتحت ضغط الرأى العام العالمى وجهود الأمم المتحدة ، وافقت الدول المعتدية على وقف اطلاق النار •

وماذا كانت النتائج النهائية ؟ ••• ظلت مصر تسيطر على قناة السويس ، وبرز عبد الناصر فى مركز أقوى مما كان من قبل ، وعانت بريطانيا وفرنسا من تقريع العالم ولومه لهما ، وزاد شعور العداء ضد الغرب وضد اسرائيل فى الشرق الأوسط •

هذا ، ويجد القارىء ، فى آخر هذا الكتاب ، فصلا خاصا نشرح فيه بالتفصيل — كدراسة تطبيقية — تجربة الاعلام والدعاية فى حرب ١٩٥٦ •

الفصل الثالث

الدعاية .. قديما وحديثا

لقد عرف الانسان الدعاية ومارسها بصورة أو بأخرى منذ مطلع الحياة .. ولكن محاولة وضع أصول لها والارتقاء بها الى مرتبة فن من الفنون أو حرفة من الحرف ، ثم بعد ذلك محاولة تحويلها الى علم من العلوم ، كل هذا يعتبر مرحلة حديثة نسبيا فى تاريخ الانسان .

(١) فى العصور القديمة

ولعل أقدم وأوضح الأمثلة المتاحه للدارس هى التوراة .. فكتب الأنبياء هى فى جوهرها عمل من أعمال الدعاية .. فهى دعوة الى شىء .. فالنبى يرى عشيرته وقد انحرفت عن الطريق القويم فيدعوها بكل ما أوتى من بلاغة وحجج ــ ومنها التلويح بالعقاب ــ الى أن تقوم ما بنفسها ، وبأن الله الحق .. ومثل هذه الدعوة تتجه أساسا الى مخاطبة وتحريك العواطف ، فهى تعتمد على اثارة عاطفة الخوف والأمل .. واذا كان البعض قد أخفق فى تحقيق رسالته ، فهذا لا يرجع الى تقصير بقدر ما يرجع الى أن الموجه اليهم الدعوة قد أصموا قلوبهم ورفضوا الاستسلام لعاطفة الخوف أو الأمل .

(٢) فى العصور الاغريقية

وكان للاغريق القدماء رجال دعاية نذكر منهم تيرتيــوس Tyrtaeus الذى ألهبت أشعاره السياسية والوطنية والحربية حماس أهالى اسبارطة فصمدوا ببطولة أمام خصومهم فى ميسينيا .. وهناك أيضا هيرودوتس المؤرخ الذى يمكن أن نعتبره أول شخص كتب ما يمكن أن نسميه بالتاريخ الوطنى .. فهيرودوتس ، كمواطن مخلص للامبراطورية الأثينية ، أراد أن يذكر قارئيه ــ وكان عدد منهم من المعارضين للاستعمار الأثينى ــ بالدور الحاسم الذى يلعبه الأثينيون فى مقاومة غزاة الفرس لأرض اليونان .

وقد ساهم أفلاطون وأرسطو مساهمة فعالة في مجال الدعاية ٠٠ فأفلاطون في جمهوريته عن الدولة المثالية ، يلقى بتعليمات مفصلة عما يجب وما لا يجب أن يقال للسكان ، صغيرهم وكبيرهم ٠٠ والهدف من هذه التعليمات هو ، بالطبع ، الابقاء على ولاء واخلاص السكان لنظام الحكم ولحكامهم من الفلاسفة ، وأن لا يسمعوا شيئا قد يدفعهم الى أن يحيدوا عن الحق أو الدين ٠٠ ولهذا استبعد أفلاطون الشعراء من دولته المثالية ٠٠ وأفلاطون هو أول من نادى رسميا بادخال الرقابة لصالح وأمن الدولة ٠

أما عند أرسطو ، فنحن نترك المثاليات ونهبط الى الأرض ٠٠ فهو يقدم لنا في كتابه « البلاغة » أول نص كتابى عن نوع من أنواع الدعاية ، أى دعاية الاقناع عن طريق الحديث والخطابة ٠٠ والكتاب يعتبر حتى يومنا هذا مرجعا كلاسيكيا عن فن الدعاية المسموعة ٠٠ فأرسطو يؤكد أن « البلاغة » ــ وان كانت على أيامه ترتبط عادة بقاعات المحاكم حيث تقوم بدور الاتهام أو الدفاع ــ الا أن مهمتها الرئيسية هى فى المجال الأوسع للسياسات حيث تهدف الى « اقناع » المستمعين بقبول وجهة نظر المتحدث و « ثنيهم » عن قبول وجهة نظر الخصم ٠٠ والجدير بالملاحظة هنا أن البلاغة ، من وجهة نظر أرسطو ، هى فن منطقى عقلى ، وان كان فى نفس الوقت يسلم بأن مخاطبة العواطف قد تشكل جزءا لازما من فن البلاغة ، ولكن المرتكز الأساسى للبلاغة ، من وجهة نظره ، هو الالتزام بالحقيقة والتعبير عنها والمحاجاة فيها لأن «الحقيقة تفضى الى الانتصار على الزيف،»٠ ولعل هذا أول بيان منشور عن مبدأ أساسى من مبادىء الدعاية ٠

(٣) فى العصور الرومانية

واذا انتقلنا الى الامبراطورية الرومانية لوجدنا أمثلة عديدة عن دور الدعاية السياسية ٠٠ فالنظام الذى كان معمولا به فى اقامة مواكب واحتفالات الاستقبال الرسمية لتكريم قواد الرومان المنتصرين العائدين من الحروب ومعهم الأسلاب والغنائم ، كانت تقام خصيصا من أجل التأثير على المواطن الرومانى العادى وابهاره بعظمة ومجد دولته الأم ٠٠ وهناك فرجيل Vergil الشاعر العظيم الذى استخدم أشعاره لاثارة الوطنية والعزة القومية بين مواطنيه ، وهو فى هذا المجال يعتبر خير سلف فى سلسلة من الشعراء العظام ٠ ومما لا شك فيه أن عادة عبادة الامبراطور كانت نتيجة خطة دعائية متعمدة افتتحها أوغسطس Augustus بنفسه كوسيلة يستطيع عن طريقها أن يحصر فى نطاقها ولاءات الأمم والقبائل العديدة الخاضعة للحكم الرومانى ٠٠ وهذا النوع من الدعاية

يعتمد على استغلال الأحاسيس الدينية لرعايا الامبراطورية ٠٠ فاذا كان قد كتب النجــاح لهذه الحملة ، فهـــذا يرجع ولا شــك الى أنها أرضت حاجــة عاطفية لديهم ٠

(٤) فى العصور المسيحية

وفى خلال السنوات الأولى من الامبراطورية الرومانية ، ظهر نوع جديد من الدعاية هو دعوة المبشرين الأوائل للمسيحية ٠٠ ويعتبر هذا تطورا له أهميته لا تقدر بالنسبة لتاريخ الدين والدعاية ٠٠ فالعقيدة اليهودية التى نبعت منها المسيحية أول ما نبعت لم تكن تهتم كثيرا بنشر الدبن والعمل على دخول أتباع جدد فى دين اليهودية اذ كان كل اهتمام أبنائها يكاد ينحصر تماما فى منع اليهود من الردة ٠ أما المسيحية فنظرتها كانت أوسع وأشمل ٠٠ فهى لم تكتف فحسب بالترحيب بأى فرد مهما كان جنسه أو طبقته أو خلفيته الدينية ما دام يقبل على اعتناق المسيحية ، بل انها تبنت وخاضت حملة دعائية واسعة منظمة لجذب اهتمام أى انسان على استعداد للاستماع ٠٠ حملة ما زالت ماضية الى يومنا هذا فى الداخل والخارج على شكل ارساليات تبشيرية فى جميع أنحاء العالم ٠

(٥) فى العصور الاسلامية

وبعد المسيحية جاء الاسلام ٠٠ والواقع أن المسيحية والاسلام هما وحدهما فقط أعظم حركتين دينيتين فى العالم ، وهما الديانتان الوحيدتان اللتان اعتبرتا العمل لاعتناق الآخرين تعاليمهما واجبا مقدسا على المخلصين ٠٠ فباقى الديانات لم تحاول ذلك الا قليلا ، أو لم تحاول أصلا ، وعلى هذا لم تهتم هذه الديانات بالدعاية الدينية الا أحيانا وفى شكل دعاية مضادة بهدف حماية أنصارها من تأثير المسيحية والاسلام أو عندما تشعر بقصور فهم وحى العقيدة بين أنصارها ٠

واذا رجعنا الى القرون الوسطى لوجدنا أن من أسباب نجاح الخليفة « المعز » فى فتح مصر ـ رغم استعصائها على من سبقه من الخلفاء الفاطميين ـ نجاحه فى نشر دعوته فيها حتى مال الى المذهب الفاطمى الكثيرون من الكتاب والجنود الأخشيدية والكافورية وصار فى مصر عدد غير قليل من أصحاب الوظائف العالية يدينون بعقائد المذهب الشيعى ٠ ومن أوائل أعمال القائد الفاطمى جوهر الصقلى الذى فتح مصر : بناء الجامع الأزهر كى يتلقى فيه الناس عقائد المذهب الفاطمى ، وخاصة بعد اشتداد النزاع بين طائفة السنيين والشيعيين عقب استيلاء الفاطميين

على مصر . وقد برهن جوهر على حسن سياسته حين لجأ الى الوسائل السلمية فى نشر المذهب الفاطمى ولم يلجأ الى العنف والشدة ، فاعتمد على المساجد التى اتخذها كمدارس يتلقى فيها الأهالى تعاليم هذا المذهب دون أن يفرض على أحد اعتناقه كرها .. وعندما وصل « المعز » الى مصر استعان بالشعراء فى نشر الدعوة وعلق عليهم أهميـة كبرى وأجزل لهم العطاء . وكانوا يختـارون ممن اشتهروا بسعة الاطلاع وبالقدرة فى فن الانشاء حتى يستطيعوا اقناع الناس بحججهم القوية ، كما استعان بداعي الدعاة فى مصر لنشر الدعوة الفاطمية وكان يسـاعده اثنا عشر نقيبا ينوبون عنه فى سائر البـلاد المصرية لنشر الدعوة والتعريف بها(١) .

(٦) فى عصر الحروب الصليبية

ويظهر لنا كذلك فى هذه العصور الدور الكبير الذى لعبته الدعاية فى تعبئة الشعور الدينى والقومى فى الحروب الصليبية ، سواء فى أوروبا أو فى العالم العربى فقد كانت الدعاية وراء اثارة الهمم وتعبئة الشعور للحرب بما فى ذلك مخاطبة العواطف كعاطفة الشـجاعة واثارة عاطفة الخوف من العـدو بتضخيم ما يرتكبه من فظائع واثارة الحقد عليه حتى يهب الشعب للدفاع عن نفسه وعن بلده بعزيمة .

(٧) فى القرن السادس عشر

واذا انتقلنا الى القرن السادس عشر نجد الدور الهام للدعاية فى تطوير وتزايد العـداء المعلن والمتبـادل فى أوروبا بين البروتستانت والكاثوليك الذى ظهر نتيجة لحركة الاصلاح .. وقد ترك هذا العداء أثره فى نصـوص كتب التاريخ الانجليزية حتى يومنا هذا .. وعندما رجحت كفة البروتستانت فى انجلترا وتقلدوا مناصب الحكم فى عهد الملكة اليزبيث ، اتسعت الحملة الدعائية المناهضة للكاثوليك حتى شملت المجال السياسى ، فربطت بين الحركة الكاثوليكية وبين أسبانيا ، فصورت الملك فيليب ملك أسبانيا فى صـورة الغازى للبلاد بالتحالف مع البابا لاعادة البلاد الى حظيرة الكنيسة الرومانية تحت حكم ملك آخر .. وكانت هذه الحملة الدعائية تستهدف اثارة الخوف والأحقاد للعدو عن طريق مخاطبة الغرائز القومية والوطنية والعزة .

---

(١) « مصر فى العصور الوسطى » للدكتور على ابراهيم حسن — الطبعة الثالثة ١٩٥١ .

(٨) فى القرن السابع عشر

وفى القرن السابع عشر تلقت الدعاية دفعة جديدة نتيجة للتوسع فى استخدام الطباعة حيث أمدت الاطراف المعنية بأداة فعالة فى نشر دعاياتهم والوصول بها الى أهدافها ونشر دعاواهم المختلفة ·· وخصصت لمن لا يعرف القراءة ، نشرات ومطبوعات بالصور والرسوم الكاريكاتيرية لتوضيح الأهداف · وبذا أصبحت الدعاية بعد اكتشاف الطباعة سلاحا هاما فعالا ·

(٩) فى القرن الثامن عشر

وفى القرن الثامن عشر يمكن أن نذكر حرب الاستقلال الأمريكية والثورة الفرنسية ·· والثورة الأمريكية لها أهميتها من حيث الدور الذى لعبته الدعاية فى اثارة روح الحماس والهياج والشغب والفتن ، وهو شكل قديم للدعاية قدم التاريخ ، وانما الجديد فيه هو الحماس والاصرار والجهد الدائب من جانب الخطباء المحاربين من أمثال صمويل آدمز ، على شن ومواصلة هذا النوع من الدعاية فى ضراوة وشراسة فى المستعمرات الأمريكية ·

أما الثورة الفرنسية فتتميز من الناحية الدعائية بظهور سلاح جديد فى عالم الدعاية هو نشيد الثورة « المارسيليز » الوطنى الذى كتب خصيصا كسلاح دعائى لالهاب العواطف ·· ولهذا النشيد قصة : فقد كتب ووضعت موسيقاه عام ١٧٩٢ خلال ليلة واحدة ، وذلك بعد ما أعلنت فرنسا الحرب على النمسا ، وعندما واجه الجيش الفرنسى فى ستراسبورج حملة التهديد بغزو قوات النمسا وحلفائها لأراضيهم ·· وكان أثر النشيد فى الروح المتدهورة للقوات الفرنسية عظيما للغاية حتى أن أحد الجنرالات قال : « اعطنى ألف رجل والمارسيليز وأنا كفيل بضمان النصر » ·

وقد أصبح النشيد بعد ذلك شعارا للثوار الفرنسيين ضد أعدائهم فى الداخل ثم أصبح النشيد القومى لفرنسا ·· وقد تطورت هذه الفكرة وعممت بعد ذلك فى باقى الدول ، وعلى الأخص فى الحركات الثورية وان تفاوت الأثر بطبيعة الحال ·

وهذه الأناشيد كلها موسيقى شعبية ، ولكن توجد أيضاً ـ من الناحية الدعائية ـ أنواع أخرى يمكن ادراجها تحت لواء الدعاية : موسيقى ألفها أعظم

مؤلفى الموسيقى من أمثال بتهوفن وفردى فى تمجيد الحرية وأغانى كورنمان التى أوحت بها الثورة الروسية ٠٠ وفى مصر ألحان سيد درويش الوطنية الخالدة ٠٠ ولكن علينا أن نشير هنا الى أنه رغم أن الموسيقى تعتبر ولا شك من أهم وسائل التأثير على عواطف الآخرين ، فانه ، بمقاييس الدعاية ، لا يكفى أن تثار العواطف وحسب مهما بلغت درجة هذه الاثارة ، فالدعاية تهدف أولا وأخيرا ـ لا الى مجرد اثارة العواطف ـ وانما الى أن تؤثر هذه الاثارة فى سلوك الانسان٠

(١٠) فى القرن التاسع عشر

وفى القرن التاسع عشر ، ظهرت ثلاثة أنواع من الدعاية : الدعاية النابليونية ، ودعاية الحرب الأهلية الأمريكية ، والدعاية التجارية الحديثة ٠ والعهد النابليونى يعتبر من الناحية الدعائية سلبيا أكثر منه ايجابيا ، ومن الحق القول بأن جهدا كبيرا قد بذل لاحاطة نابليون بهالة من التقديس والبطولة كقائد ومحرر ، ولكن الظاهرة الرئيسية فى امبراطورية نابليون هى احكام الرقابة على الأخبار والآراء ٠٠ وقد لعبت الدعاية فى الحرب الأهلية الأمريكية دورا خاصا حيث كان الاعتبار الأول لكل من الطرفين المتحاربين هو اقناع الرأى العام الخارجى ـ وخاصة بريطانيا ـ بأن قضيته هى العادلة ، وأن سياسته هى التى سيكتب لها النصر ٠٠ ولا تهمنا هنا مناقشة ما اذا كانت جهودهما قد نجحت فى التأثير على سلوك بريطانيا وغيرها من الدول أم لا ، وانما المهم هنا أن نؤكد حقيقة ثابتة ، وهى أنه منذ ذلك الوقت أصبح من الخطر على الدول المتحاربة أن تتجاهل أجهزة دعايتها الرأى العام العالمى المحايد ٠٠ وأوضح مثل على ذلك هو حرب البوير Boer عندما تجاهلت بريطانيا فى عجرفة الدعاية المعادية لها التى شنها البوير والمتعاطفون معهم فأصيبت بريطانيا فى الصميم فى سمعتها اصابة عانت منها حتى يومنا هذا وأصبحت تعرف بأنها مخترعة معسكرات الاعتقال ٠

(١١) فى الحرب العالمية الأولى

اقترنت الحرب العالمية الاولى بتحول الدعاية من مجرد فن وتجارب الى علم ذى قواعد ، وقد أدرك الحلفاء فى صيف عام ١٩١٨ أن معارك دعايتهم يجب لكى تحقق أبلغ الاثر ألا يقتصر فيها الأمر على احكام دراستها ووضعها بل ينبغى فوق كل شىء أن تكون منسقة وأن ترسم خططها اللازمة لذلك :

أولا : بانشاء مصلحة لتفنيد دعاية العدو تحت ادارة اللورد نورثكليف Northcliff المعروفة باسم « كروهاوس » في لندن(١) ·

ثانيا : تأليف لجنة دولية (مقر رئاستها في لندن) تضم ممثلين للملكة المتحدة وفرنسا والولايات المتحدة وايطاليا· ولم يتسع الوقت أمام « كروهاوس » ولا اللجنة الدولية (بصفة خاصة) لتثبت فعاليتها الواضحة لأن الحرب وضعت أوزارها قبل أن تحرز أى منهما انطلاقا كاملا فى عملها ·

غير أن عمل « كروهاوس » يستحق الدراسة ، ولو لمجرد أنه كان نقطة البداية فى حرب الدعاية البريطانية عندما نشبت الحرب العالمية الثانية بعدئذ باحدى وعشرين سنة ·

وقد واجهت السلطات البريطانية خلال حرب ١٩١٤ ـ ١٩١٨ ثلاث مهام أساسية هى :

أولا : اقناع جمهور البلاد بعدالة القضية البريطانية ·

ثانيا : حمل المحايدين على الاعتقاد بأن بريطانيـا وأصدقاءها كانوا على حق · وليس ذلك فحسب ، بل اقناعهم بأنهم سينتصرون فى النهاية ·

ثالثا : الضغط على ألمانيا وحلفائها وتثبيط همتهم ·

وربما كان أول هذه الواجبات شاقا عسيرا فلم يكن الشعب البريطانى يعلم شيئا عن التزام الحكومة العسكرى القوى ازاء فرنسا بمساعدتها فى حالة تعرضها للهجوم ، وعلى الرغم من السياسة العدوانية التى انتهجتها حكومة القيصر منذ بداية القرن فقد كان هناك كثير من الزعماء والقادة الانجليز ـ لا سيما فى دوائر الأحرار الذين كانوا يعجبون بألمانيا ويحبونها ، والذين كانوا ينظرون الى الوفاق الودى الذى أبرم بين انجلترا وفرنسا عام ١٩٠٤ لتسوية مشكلاتهما فى حوض البحر الأبيض المتوسط وكان لانجلترا بموجبه وادى النيل ولفرنسا مراكش ـ ينظرون الى الموقف بشىء من التردد ·

---

(١) «Propaganda» by : Lindly Frazer, London, p. 33, 1957.

كتاب الدعاية ـ المؤلف لندلى فريزر ـ صفحة ٣٣ ـ لندن عام ١٩٥٧ ·

ولكن لا شك فى أنه كان من الممكن التغلب على ذلك التردد الذى كان يبدو على هذه الجماعة وغيرها من الجماعات التى تقاوم تيار الوطنية الجارف الذى كان لا بد أن يعقبه اعلان الحرب ، وهذا التيار أقوى دعاية للاتفـاق الودى وهو قوة دافعة ضد المنحازين الى ألمانيا ، وارسال القوات العسكرية البريطانية الى فرنسا اذا مالت الجماعة السالفة الذكر الى الحرب ضد ألمانيا واقتنعت بقضية الحلفاء مع حرصها على المحافظة على السلام ٠

ولم يمض قليل من الوقت الا وقد حلت المشكلة عندما هاجم الألمان بلجيكا . ولم يكن هذا الهجوم مجرد نقض لاحدى المعاهدات القديمة التى كانت تضمن حياد بلجيكا ، بل كان هذا الهجوم عدرانا عاشما من جانب احدى الدول الكبرى ضد دولة صغرى مجاورة لا حول ولا طول لها ٠

لذلك كان من الممكن فى ذلك الوقت تصوير ألمانيا للرأى العام البريطانى على أنها دولة لا تحترم المعاهدات وتميل الى سياسة العنف ٠

وقد ازداد غضب البريطانيين لهذا الامر عندما أشار القيصر الى معاهدة بروكسل على أنها مجرد « قصاصة من الورق »(١) ٠

هذا ، كما أن تصوير الألمان على أنهم سفاكون قساة القلوب بلغ الذروة عندما بدأت الدعاية البريطانيـة تذيع الأقاصيص التى كانت تردد الأعمـال الوحشية التى كان يقترفها الألمان ضد السكان المدنيين والبلجيكيين ٠

بل أكثر من هذا ، كانت بعض الحكومات تريد الاستسلام ولكن خوفها من نقمة الألمان دفعها ألا تعلن ذلك ٠

القصص :

ان القصص(٢) التى ترددت عن الفظائع التى اقترفت فى بلجيكا تعتبر فصلا عجيبا من فصول تاريخ الدعاية فى وقت الحرب يثير الاشمئزاز ، وقد أشاع

---

(١) لقد انتشرت العبارة التى قالها القيصر عن المعاهدات «The treaty is a mere sheet of paper» ولذلك فان أى زعيم يريد التنصل من تعهداته يردد عبارة القيصر المشهورة ٠

(٢) المرجع السابق ـ كتاب الدعاية ـ للمؤلف لندل فريزر طبعة أولى ص ٣٣ عام ١٩٥٧ ٠ وعرفت هذه القصص فى تاريخ الدعاية باسم (The Belgian Atrocities Stories) أى قصص الفظاعات التى حدثت فى بلجيكا ٠

الحلفاء فى دعايتهم أن الجيش الألمانى كان قاسيا ، بل فظا فى معاملته للبلجيكيين وأنه خالف قواعد القانون الدولى بشكل واضح فى شيئين :

أولا : فى أنه رفض التسليم بوجود « جيش المقاومة » وكان يعامل كل بلجيكى يبدى مقاومة على أنه جاسوس ٠

ثانيا : أنه كان يقتل الكثيرين من الرهائن ٠ غير أن أغلب الجيوش المهاجمة الأخرى كانت لا تقل عن هذا الجيش قسوة ٠

فقد اتضح من الأبحاث التى أجريت فيما بعد أن اتهام الألمان(١) بارتكاب جميع الفظائع التى عزاها اليهم أعداؤهم ، والتى صدقها الكثيرون فى بريطانيا ، وفى الدول الحليفة والمحايدة لم تكن صحيحة ٠

كيف نشأت هذه القصص ؟

لا بد أن نفترض أن بعض هذه القصص قد ابتدعت عن عمـد فقد ادعى أحد الصحفيين البريطانيين المعروفين بعد الحرب مباشرة ، أنه هو الذى ابتدع قصة الأيدى المقطوعة وكان يفخر بذلك ، وقد نشأت بعض القصص الأخرى عن الخطأ فى الحكم على بعض القصص السافرة ، ومثال ذلك أسطورة رجال الدين والأجراس التى نشرت لأول مرة فى مقال ورد فى احدى الصحف الألمانية وجاء فيه « ترى ماذا سيصدق الانجليز والفرنسيون بعد ذلك ؟ » غير أن هذه الأسطورة صدقها أحد الصحفيين الحلفاء ونشرها فى الخارج على أنها حقيقة ثابتة لا جدال فيها ، ولكن لا شك فى أن معظم القصص بدأت بشىء من الحقيقة دون أن تكون هذه الحقيقة مرعبة الى هذا الحد ، ثم انتقلت من شخص لآخر حتى كانت النتيجة النهائية عبارة عن صورة لا علاقة لها بالحادث الأصلى ٠

وقد كانت الظروف ملائمة فى بريطانيا لذيوع القصص عن الفظائع التى ارتكبت فى عام ١٩١٤ لأن بريطانيا استضافت بعد نشوب الحرب مباشرة آلاف اللاجئين البلجيكيين ولا يمكننا أن ننحى باللائحة على هؤلاء اللاجئين اذا صوروا الأهوال التى عانوها والتى كان يعانيها بنو وطنهم بالصورة التى تتراءى لهم ، والتى لا تخلو من المبالغة ٠

والواقع أنه لم يصدق هذه القصص كل من سمعها دون جدال ، ولكن بعد مضى بضعة أشهر انتشرت هذه القصص ، وازداد الناس شعورا بالمرارة ، وأصبح

---

(١) المرجع : كتاب الدعاية للندل فريزر Lindley Frazer صفحة ٤١ ٠

أشد الناس شكا يقبلونها على أنها تروى ما يتوقعه الانسان من عدو مخبول . حتى لو لم تكن صادقة بحذافيرها ..

والأمر الذى كان أقل من ذلك أهمية ـ وان لم يكن أقل انتشارا(١) ـ هو موجة الغضب التى أثارتها حادثة القاء القنابل على كاتدرائية لوفيان Loffian ، فاتخاذ الألمان الكاتدرائية هدفا لمدفعيتهم لم يكن موضع جدال كثير ، كما لم يكن أحد يشك فى حقيقة الأضرار التى ألحقها الألمان بالكاتدرائيه وبغيرها من المبانى العامة .

غير أن السبب العسكرى الذى دفع الالمان الى ضرب الكاتدرائية هو استخدام برج ناقوس الكنيسة موقعا من مواقع مراقبة تحركات الالمان العسكرية .

وعلى ذلك كانت الكاتدرائية هدفا حربيا .. الا أنه عندما قصد نشر الدعاية بين الحلفاء أخفيت هذه الحقيقة ، وصور المهاجمون ، كما صور المتوحشون والهمج من قبل .

وهناك قصتان أخريان ، هما قصة غرق السفينة لوزيتانيا . وقصة اعدام مس كافل Cavel . فلو كانت السفينة لوزيتانيا تحمل أسلحة لبريطانيا فلا شك فى أن الغواصات الألمانية كان لها الحق فى أن تحاول الوقوف فى سبيل هذه السفينة ، وكذلك كان لسلطات الاحتلال الألمانية الحق فى أن تعدم « مس كافل »(٢) باعتبارها عميلة للعدو ، ولكن اذا نظرنا الى هذين الحادثين من وجهة النظر الدعائية فيمكننا أن نقول انهما خطآن جسيمان .. لانهما أتاحا للحلفاء فرصا نادرة لتعزيز حملتهم الدعائية ضد فظائع الألمان .

ولكننا قد نتساءل : هل كان أثر القصص التى ترددت عن هذه الفظائع بنفس الخطورة التى كنا نفترضها ؟

الواقع أن الناس كانوا يصدقونها لأنهم كانوا يرغبون فى تصديقها ولأنهم كانوا يرغبون فى تأكيد حقهم فى قضيتهم .

---

(١) كتاب الدعاية ـ المؤلف لندل فريزر Lindley Frazer لندن ص ٣٩ عام ١٩٥٧

(٢) كتاب الدعاية ـ المؤلف لندل فريزر Lindley Frazer لندن ص ٤٧ عام ١٩٥٧ .

ولكن هل كانوا سيقلون حماسة وشجاعة فى ميدان القتال عما كانوا عليه لو أنهم لم يسمعوا الا الحقائق الصادقة ؟ لقد كانت هذه الحقائق ذات خطر . فقبل أن تصل الحرب الى منتصفها كان من الواضح أن العدو لم يبد أية أمانة أو نزاهة فى سلوكه فى أثناء المعارك ، والدليل على ذلك استخدامه للغازات السامة واعلانه رفع القيود عن حرب الغواصات .

لذلك ربما كانت القصص التى رددت فظائع الألمان سواء أكانت صادقة أم كاذبة ، قد أججت نيران الغضب الذى كان يستولى على قلوب الحلفاء ، ولكن لا يمكن أن يكون هو سبب تلك الروح التى سادتهم .

ومن الممكن الخروج بنفس الاستنتاج من دراسة المجال الرئيسى الثانى لدعاية الحلفاء الذى يشمل الجهود التى كانوا يبذلونها لاستمالة الرأى العام فى الدول المحايدة ، وقد كان الهدف الرئيسى لهذه الجهود هو الولايات المتحدة الأمريكية ، ففى المراحل الأولى من الحرب كان الرأى العام الأمريكى لا يرتاح لبريطانيا ، وان لم يكن بالفعل ضدها ، ويرجع ذلك نوعا ما الى الأفكار التى تأثر بها فى أثناء حرب الاستقلال ، بينما يرجع بشكل خاص الى غضب أمريكا لحصار بريطانيا الموانىء الألمانية ، حيث انها كانت ترى أن هذا الاجراء انتهاك صارخ لمبدأ حرية البحار .

حياد أمريكا ودعاية الطرفين :

كما كان الموقف خطيرا من وجهة نظر الحلفاء .. فحياد أمريكا من شأنه أن يجعل مسألة كسب الحرب موضع شك .. أما عداوة أمريكا للحلفاء فكانت تعتبر تأييدا لانتصار دول وسط أوروبا ، وكان « وودرو ويلسون[١] » Woodrow Wilson رئيس الدولة الأمريكية قد قال فى خطبته فى ١٩ أغسطس ١٩١٤ ، أى فى أوائل اشعال الحرب العالمية الأولى — معلنا الحياد — ان كل أمريكى يحب وطنه لا بد أن يتبع الحياد لفظا وعملا ..

---

(١) « Great Issues in American History », by: Richard Hofstadter, New York, 1958.

المرجع « المسائل العظمى فى التاريخ الأمريكى » المؤلف ريتشارد هفستدير . الطبعة الثانية صفحة ٢٠٤ — نيويورك عام ١٩٥٨ .

لذلك قامت السلطات البريطانية بحملة منظمة ترتكز على أسس علمية لتحويل ارتباب أمريكا فى الحلفاء نحو ألمانيا ، وقد أجريت دراسات دقيقة عن الصحافة الأمريكية التى كانت تزود بالدعاية الموالية للحلفاء بالقدر الكافى الذى يمكنها أن تستوعبه دون أن تثير ضيق قراء الصحف خوفا من بلوغ الدعاية درجة التشبع ٠

فالغارات التى قامت بها طائرات زبلن على لندن وأدنبرة على سبيل المثال ، والتى كانت تعتبر اجراء يدل على الحماقة أقدمت عليه ألمانيا والتى أدت الى رفع الروح المعنوية فى بريطانيا بدلا من خفضها٠٠٠هذه الغارات قد واجهتها الصحف الامريكية بغضب وحنق أكثر مما أظهرته الصحف البريطانية نفسها ٠

وقد حدث هذا أيضا عندما غرقت السفينة « لوزيتانيا » ، وفى هذه المناسبة وغيرها من المناسبات المماثلة كان رجال الدعاية البريطانيون حكماء عندما كفوا عن العمل وتركوا سلوك الالمان يعمل بدلا منهم ٠

وتشير هذه الحقائق الى الحدود التى يقف عندها تأثير جهود الدعاية البريطانية على قدر ما هى عليه من الكفاية ٠ والواقع أن نجاحها قد تحقق عندما كانت تتوقف عن العمل بقدر ما تحقق عندما كانت تتجه الى التدخل الايجابى ٠ وربما كان هذا مبدأ عاما فى الدعاية على الأقل فى وقت الحرب ٠ والواجب على رجل الدعاية أن يكون دائما على حذر من المغالاة فى عرض قضيته ومن معاداة الأشخاص الميالين له بالمبالغة أو بالتكرار الممل ٠

وقصارى القول أنه يجب أن يكون على حذر من تحول السلاح الفعال الذى يوجه الى العدو فى نطاق الحدود المرسومة الى سلاح فعال يصيبه هو وأصدقاءه بدلا من أعدائه ٠

الدعاية البريطانية ٠٠٠ والدعاية الألمانية :

لقد فهم رجال الدعاية البريطانيون حدود سلاحهم ، وكانوا ناجحين بقدر ما كان متوقعا منهم ٠ وقد تفوقوا على رجال الدعاية الألمان المنافسين لهم لسببين :

السبب الأول أن الدعاية الألمانية كانت تفتقر الى الابتكار ، وذلك لأنها كانت تحت سيطرة بعض الضباط القدامى الذين كانوا لا يؤمنون بأهمية الدور

الذى تقوم به مما جعل القصص التى نسبت الى الحلفاء بعض الفظائع فى الجبهة الداخلية بألمانيا فجة ضعيفة سخيفة فتلاشت بذلك فعاليتها ٠

ولم تصدق كثير من الجماعات التى يتألف منها الرأى العام ـ لا سيما بين الديمقراطيين الاشتراكيين والكاثوليك ـ تلك المزاعم المتكررة المملة التى كانت تروى أن الروس كانوا يقطعون جثث الجنود الألمان اربا أو أن الفرنسيين والبلجيكيين قد اعتادوا فقأ عيون الجنود ٠

هذا ٠٠ وليس من الواضح أن نقرر هل كان من الممكن أن يصدق الناس هذه القصص لو عرضت بطريقة أكثر فعالية أم أنها بعيدة عن التصديق ، ولم يتضح بعد هل كان تصديق الناس هذه القصص من شأنه أن يدخل أى اختلاف يذكر على جهود الألمان الحربية أم لا ٠٠

يضاف ان ذلك أن الألمان التزموا موقف الدفاع منذ البداية حتى النهاية فى دعايتهم الموجهة الى العالم الخارجى ٠ فقد كرسوا معظم(١) جهودهم لنفى الدعايات التى كان يوجهها الحلفاء ضدهم ٠ وكان الزعماء يشجعون الأفراد الذين كانوا على اتصال بالخارج على ارسال خطابات عن طريق الدول المحايدة ، كلما أمكن ذلك وكانت الرسالة الملقاة على عاتقهم هى أن يثبتوا أن ألمانيا ليست شريرة بالدرجة التى صورها الحلفاء ٠٠ ولا شك أن ذلك كان صحيحا ، غير أن هذه الدعاية كانت مع ذلك دعاية سيئة فقد كانت هذه الخطابات على الأقل تذكر أهداف دعاية الحلفاء لمن تصلهم عندما تذكر لهم أن دعاية الحلفاء مخطئة وغير عادلة مع أنها فى الواقع(٢) كانت تريد أن تقنعهم بسوء دعاية الحلفاء ولكنهم أغرقوا لأمريكا ثمانى سفن محملة بالبضائع ، ومن ناحية أخرى كانت هذه الخطابات تستدر الشفقة ، ولا شك فى أن هذه هى أسوأ فكرة يمكن أن توحى بها دولة محاربة حتى للدول المحايدة التى تعطف عليها ٠ فعلى رجال الدعاية فى زمن الحرب أن يدركوا أن الدول المحايدة لن تتأثر (أو بالأحرى قد تتأثر بشكل عكسى) بأية فكرة يراد بها اثارة

---

(١) «Anatomy of Public Opinion» by: Norman John Pawell, Fourth Edition U. S., P. 42, 1956.

المرجع كتاب « تحليل الرأى العام » المؤلف نورمان جول باول ٠ الطبعة الرابعة ـ الولايات المتحدة ـ صفحة ٤٢ عام ١٩٥٦ ٠

(٢) المرجع : كتاب « الدعاية » للندل فريزر (Lindley Frazer)

عواطفهم أو شفقتهم ، وأنه كلما ازدادت محنتهم سوءا اضطروا الى التظاهر بالثقة وعدم الاكترات والتعامى عن الأخطار التى تهددهم ٠

والسبب الثانى هو أن الدعاية الألمانية بصرف النظر عما تنطوى عليه من أخطاء كانت تفتقر الى الأساس الفنى البحت الذى كان يعتبر ميزة تنعم بها الدعاية عند الحلفاء ٠

ففى أوائل الحرب قطعت بريطانيا الأسلاك البرقية الممتـدة تحت سطح البحر ، وهى التى كانت فى ذلك الوقت (أى قبل استخدام التلغراف اللاسلكى والراديو) الوسيلة الفعالة الوحيدة التى تستعين بها الدعاية الألمانية للانتشار فى أرجاء العالم علما بأن ألمانيا فشلت فى محاولاتها قطع اتصـالات بريطانيـا بالخارج ٠

لذلك لم تجد وكالة الأنباء الألمانية الرئيسية من يستمع اليها بينما كانت وكالتا رويتر وهافاس ، تبعثان ببرقياتهما دون انقطاع الى المكاتب الصحفية فى جميع آنحاء العالم ٠

وقد يتساءل المرء : هل كان ذلك يغير ــ بشكل حاسـم ــ موقف العـالم الخارجى من الصراع ؟ والمعتقـد فى بعض الدوائر أن الميزة التى افتقرت اليهـا ألمانيا أدت على الأقل مرة واحدة الى عواقب وخيمة ٠

ومن أبرز القصص التى ذاعت بين الحلفاء عن فظائع الألمان تلك القصة التى زعمت أنهم أنشأوا مصنعا لاستخلاص الجلسرين من جثث جنود الحلفاء ، ولا شك فى أن هذه القصة لم تكن تمت الى الحقيقة بصلة ٠ فاما أنها اختلقت فى لندن عمدا ، واما أنها نجمت عن سوء الترجمة الألمانية ٠ غير أن الناس لم ينظروا اليها نظرة جدية ٠ أما الحلفاء فقد حرصوا على اذاعة هذا الزعم فى جميع آنحاء العالم وعلى الأخص فى دول الشرق التى تنظر الى جثث الموتى بشىء من الاحترام والتبجيل والتى ترى أن التمثيل بها بهذا الشكل يعتبر من الجرائم الوحشية(١) ٠

وقد اعتبر بعض المعقبين انتشار هذه القصة نجاحا للدعاية البريطانيـة وذلك لأنها أدت الى معاداة دولة مثل الصين لألمانيا ٠

---

(١) المرجع : كتاب « الدعاية » للندلى فريزر ص ١٥ ٠
« Lindley Frazer », page 15.

لذلك يمكن أن يقال (أولا) انه قد ثبت بالدليل القاطع تأثير هذه القصة على الرأى العام فى الصين من ميل ميزان الصين الى الحلفاء ، و (ثانيا) انه لما كانت هذه القصة قد انتشرت بالقوة والفعالية التى نسبت اليها فلا شك فى أن نفى وكالة وولف الألمانية لها لم يزدها الا تدعيما وثباتا ٠

فان نفى القصص فى الدعاية من الأمور الخطيرة لأن هذا النفى قد لا يحدث نفس رد الفعل الذى يريد أن تحدثه ٠٠ فالاعتقاد السائد هو أنه لا يمكن أن يوجد دخان بلا نار وأن كل من يتلمس الاعذار انما هو فى الحقيقة يتهم نفسه ٠

ولننتقل الآن الى النوع الثالث الرئيسى من أنواع الدعاية التى قام بها الحلفاء ضد ألمانيا وضد الدول المعادية الأخرى ٠ ومما يستحق الملاحظة أن هذا النوع من الدعاية لم ينظم تنظيما سليما الا فى بداية عام ١٩١٨ ٠ فقبل هذا التاريخ كانت الدعاية تصدر عن قيادات الجيش المختلفة بطريقة مشتتة وكانت توجه الى الخطوط الأمامية لقوات العدو ، وسار العمل على هذا المنوال فى أيام كروهاوس، ولكنه كان يقوم على أساس أكثر تنظيما وثباتا ، الا أنه بالاضافة الى ذلك بذلت محاولات لتوجيه الدعاية الى السكان المدنيين فى ألمانيا نفسها وفى شتى المناطق بالامبراطورية النمساوية المجرية ٠ وكانت الأساليب المتبعة فى ذلك الوقت هى الأساليب المعروفة فكانوا يعتمدون كلية على الدعاية المطبوعة وكانت المنشورات تلقى من الجو، اما من الطائرات أو بواسطة البالونات. غير أن استخدام الطائرات فى القاء المنشورات أبطل بعد أن هددت السلطات الألمانية بعدم مراعاتها لحقوق أسرى الحرب بالنسبة لأى طيار يقع فى الأسر وتضبط معه منشورات ، وكانت هذه المنشورات تحتوى على الوثائق التى تنطوى على أنباء وحقائق وأرقام عن جهود الحلفاء الحربية ، وعلى دحض القصص الكاذبة التى كانت تختلقها القيادة العليا للعدو ٠ وعلى الرغم من هذا فان ما كان يذاع ربما لم يكن ينطوى دائما على الحقيقة ، وكانوا يدعون أنهم بالتزامهم لهذا المبدأ قد شيدوا لأنفسهم سمعة طيبة جعلت الناس يثقون فى دعايتهم ويصدقونهم كلما دحضوا أكاذيب الألمان عن أهداف الحلفاء من الحرب ، وعن معاملتهم للأسرى الى غير ذلك من الأمور ٠

وكان الوصول الى الأهالى المدنيين فى ألمانيا والنمسا على مسافة[1] بعيدة وراء خطوط العدو عملا ينطوى على مجازفة أخطر من مجازفة الاتصال بالجندى فى خط القتال على مسافة بضع مئات من الخطوات لا سيما بعد أن أبطل استخدام الطائرات ، ولكن بعض البالونات اجتازت الحدود على متن الرياح الغربية وربما

---

(١) نفس المرجع : كتاب « الدعاية » لندلى فريزر «Lindley Frazer» صفحة ٣٠ ٠

كانت محتوياتها قد قرأها الفلاحون والعمال الألمان المذهولون الذين تصادف عثورهم عليها منتشرة فى الحقول والحدائق . وكانت هناك طرق أخرى للوصول الى الأهالى المدنيين ومن بين هذه الطرق ارسال نشرة اخبارية مطبوعة ، أو « رسالة لندن » الى بعض المحايدين ويطلب منهم توصيلها الى الأصدقاء والمعارف فى ألمانيا . وقد وصل قدر معين من هذه الرسائل الى مصادر الأعداء داخل اغلفة الكتب التى كان استيرادها غير خاضع للرقابة فى دول أوروبا الوسطى بدرجة عجيبة .

وكانت هناك أيضا طريقة دس بعض القصص فى جرائد البلدان المحايدة بل وبعض جرائد الحلفاء — التى تنشر مقالات تعتقد أنها فى غير مصلحة الحلفاء — وتكون القصص المدسوسة مما يوحى بأن الحالة هناك أفضل مما هى فى ألمانيا .

ونحن نورد هنا مثالا بسيطا فنقول ان احدى الجرائد السويدية قد تنشر خبرا مصدره لندن يقول ان ربات البيوت البريطانيات غاضبات لتقرير منع بيع اللحوم يوما ثانيا فى كل أسبوع وعندئذ تقتبس الجرائد الألمانية هذا الخبر بكل ابتهاج وتنشره تدليلا على تدهور معنويات البريطانيين بينما يستنتج منه القراء أن الحالة فى بريطانيا ما زالت أفضل منها فى ألمانيا التى منع فيها بيع اللحوم ثلاثة أو أربعة أيام فى كل أسبوع . ولكن نجاح هذه الطريقة لا يتيسر الا اذا كان المحررون فى الجرائد المعادية أقل ذكاء من القراء ، وأسهل وقوعا فى شرك الدعاية ، غير أنه من الخطأ أن نحكم بأن ما يفوت على محررى الصحف لا يفوت على القراء .

كما أن رجال الدعاية فى أيام كروهاوس تمكنوا فى النهاية من الاستعانة الى حد ما بخدمات العملاء السريين فى بلاد الأعداء فكانوا يساعدون فى توزيع المنشورات المجهولة المصدر ، وفى لصق اعلانات معادية على الجدران تحتوى على شعارات ثورية وفى نشر الشائعات ، وهذا أهم ما كانوا يفعلونه .

ومن المعلوم أن الحرب العالمية الأولى سبقت اختراع الراديو واستخدامه فى الدعاية ، لذلك كان بث الشائعات أقوى وسائل الدعاية على التغلغل .

أما المشكلة الكبرى التى كانت تواجه «كروهاوس» — وتواجه كل مؤسسة دعائية تحرص على الصدق — فهى ماذا يقال للهدف بعد أن يمكن الاتصال به ؟

لقد كان سرد الأخبار وذكر الحقائق والأرقام والتنويه بمعاملة الأسرى معاملة طيبة عند الحلفاء ، والتدليل على روح القتال العالية وكثرة العتاد الحربى لديهم

له أثره الطيب عنـدما يقال للهدف ، ولكن ذلك الاثر لم يكن هـو كل الاثر المطلوب .. فتلك الاقوال ربما بعثت فى الهدف الانقباض ، وربما أغرت بعض الجنود بالاستسلام للأسر ، ولكن تحقيق الهدف الأساسى للدعاية الحربية ـ هو بث حركة بين الأعداء تنادى بانهاء الحرب ـ كان يقتضى حتما أن يحدد الحلفاء أغراضهم بكل دقة ووضوح .

وهذه مسألة لها أهميتهـا من جميع النواحى . فرجال الدعاية فى بلاد الاعداء ينبغى أن يعرفوا بأقصى ما يمكن من الدقة ما يمكنهم أن يعرفوه فيما يتعلق بفترة ما بعد الحرب . وكلما كانت أغراض الحرب أقرب الى اللين كان ذلك أفضل فى الدعاية طبعا .

بيد أن بيانا يورد تحديد أغراض قاسية للحرب خير من ترك المسألة كلية محلا للشك .

لذلك عكفت سلطات « كروهاوس » على الضـغط على الحـكومة لاصـدار بيان واضح فى هذا الشأن .. أضف الى ذلك أنه عندما تكون عدة دول مشتركة فى حرب ، وهى متحالفة يجب عليها ألا تتكلم عن أغراض الحرب الا بصـوت واحد ، ولكن هذا شىء ربما يكون صعب التحقيق ، لأن الواقع أن أغراض الحرب يجوز أن تكون مختلفة بالنسبة لكل حليف له رأيه الخاص فيما يجب عمله بعد احراز النصر .

وفى الشرق أعطى الحلفاء وعودا للعرب ، وفى الوقت نفسه أعطوا وعودا لاسرائيل ، وما وعد « بلفور » بالشىء الذى ينسى .

وكتب وايزمن Weiseman فى مذكراته أنه بينمـا كان مجلس الوزراء البريطانى فى اجتماعه لاقرار صيغة النص النهائى ، كان هو ينتظر خارج قاعة الاجتماع ، وما لبث سايكس Sieks أن خرج وبيده وثيقة النص ، ولوح بها فى وجه وايزمن وهو يقول :

« دكتور وايزمن ، انه مولود ذكر » ويقصد بذلك تصريح بلفور فى ٢ نوفمبر سنة ١٩١٧ .

ولنستمع الآن الى لويد جورج Loyed George وهو يفسر لنا لماذا أصدرت بريطانيا وعد بلفور ، ويلقى الضوء على حقيقة العلاقات بين الصهيونية والحلفاء :

« ان توقيت اعلان التصريح قد قررته اعتبارات تتعلق بسياسة الحرب . فقد كان التصريح جزءا من استراتيجيتنا الدعائية من أجل تعبئة كل شيء في العالم لصالحنا ولاضعاف العدو »(١) .

وفي سنة ١٩٢٢ أصدر ونستون تشرشل بيانه عن « سياسة بريطانيا في فلسطين » عندما كان وزيرا للمستعمرات . وقد أشار ذلك البيان صراحة الى أنه ليس من المتوقع أن تصبح فلسطين يوما ما يهودية كما أن انجلترا انجليزية وأكد أن البلاد كلها لا يمكن تحويلها الى وطن قومي لليهود ، وحددت الوثيقة أن « وضعية جميع سكان فلسطين ستكون فلسطينية أمام القانون ، وأن الهجرة ستستمر ما دامت لا تخل بحقوق باقي السكان »(٢) .

ولا شك في أن رجل الدعاية ليس أمامه ولا في وسعه الا أن يعمل وفق ما بين يديه من معلومات وأدوات دعائية . وكل ما يستطيع أن يفعله هو الضغط المستطاع عمليا على المسئولين عن المجهود الحربي لكي يدركوا مشاكل الدعاية ويواجهوها ، ذلك أن أية أخطاء سياسية انما تؤدي برجل الدعاية الى أن يدفع ثمنها ، فهو يواجه الرأي العام ومن مسئوليته الدفاع عن رأي الدولة .

وكان المتفق عليه في ذلك الحين أن يكون الصلح مع ألمانيا قاسيا وفي نفس الوقت لم تكن هناك صعوبة كبرى بصدد تركيا التي كان متفقا على تمزيق أوصالها والزامها على ترك ممتلكاتها المختلفة في الشرقين الأدنى والأوسط التي كانت تحكمها أو تحت سيادتها . وكانت المشكلة الحقيقية هي النمسا والمجر وهل كان ينبغي للحلفاء أن يعدوا بتحرير الشعوب الخاضعة لتلك الامبراطورية أم كان أحرى بهم أن يسترضوا فرانسوا جوزيف بقصد فصل آل هابسبورج Habsbourg عن آل هوهنزولرن Hohenzolern .

ولكن قبل أن تنتهي الحرب سرعان ما تلاشت(٣) هذه المشكلة لأن اعلان الرئيس ويلسون حق الشعوب في تقرير مصيرها جعل من المؤكد أن تتحرر من حكم النمسا والمجر شعوب التشيك والسلوفاك والسلاف الجنوبيون والبولنديون

---

(١) المرجع : كتاب « محاضرات في تاريخ قضية فلسطين » القاها « احمد طربين » ص ٣٣ ، ٣٤ القاهرة عام ١٩٥٥ .

(٢) المرجع : كتاب « الهدنة الشائكة » « Violent Truce » تاليف « الكوماندور هاتشسون » مترجمة في سلسلة كتب سياسية القاهرة ص ٩ عام ١٩٥٧ .

(٣) المرجع : كتاب « الدعاية » للندلي فريزر (Lindley Frazer) ، ص ٢٢ .

فى الكربات وأوكرانيا ٠ ومع هذا ظلت قائمة مشكلة تريستا ومنطقة شمال شرقى الأدرياتيكى التى كانت مطالب ايطاليا فيها خارجة جدا على مبادىء الولايات المتحدة ٠ ومن الممكن أن نفهم بناء على ذلك لماذا كان زعماء الحلفاء يتحاشون التعرض لهذه المشكلة الحساسة طالما ظلت النمسا والمجر فى الميدان ٠

والشىء الذى كان يستطيع رجال الدعاية أن يفعلوه هو أن يحضوا السياسيين على تحديد أغراض الحرب باستمرار وان يكن هذا التحديد غامضا نوعا ما ٠

ومع هذا فما زال السؤال قائما عن مدى مساهمة الدعاية البريطانية والمتحالفة فى انهيار الدول الوسطى (الأعداء) ؟

وكان المعتقد فى السنوات التى تلت الحرب مباشرة أن بريطانيا قامت بدعاية ذات كفاية كان لها تأثير عظيم ولكن مصدر هذا الرأى كان من ألمانيا لا من بريطانيا ذاتها ٠

وكان رجال الدعاية الألمان هم الذين أرادوا أن يستفيدوا بنشره ، فان كثيرا من الألمان زعماء وأنصارا وجنودا ومدنيين كانوا يحاولون انقاذ ما يمكن انقاذه فى الشهور والسنين التى تلت الحرب فى سنة ١٩١٨، ولم يتمكنوا من تحويل الهزيمة الى انتصار ولكنهم كانوا يحاولون أن يوضحوا أن الهزيمة لم تكن دون مبرر ، لذلك ظلوا يبحثون عن كبش الفداء أو أكباش الفداء ٠ فقالوا ان ألمانيا خضعت لقيادة سيئة وان حلفاءها خدعوها وتخلوا عنها وأن أعداءها غدروا بها بالوعود الكاذبة وأن الأهالى والمدنيين خذلوا الجيش فى لحظة حرجة وسمحوا لأنفسهم بأن تسممهم دعاية العدو ، وكان القصد من هذه المزاعم أولا وقبل كل شىء المحافظة على سمعة الجيش الذى ظلوا يؤكدون أنه « بقى الى آخر لحظة ولم يهزم فى ميدان القتال » ، ولو كان فى الامكان غرس هذا الاعتقاد فى ذهن الألمانى المتوسط لأمكنه أن يتخلص حتى فى ساعة التسليم المريرة من الشعور بأن شرفه الوطنى قد لطخ ٠ وليس هذا كل ما فى الأمر بل انه أيضا ـ حسبما يزعم أصحاب هذه الفكرة ـ يكون أكثر استعدادا لاتباع ومناصرة جيشه الوطنى الذى لم ينهزم حينما يؤون الأوان ـ اذا آن ـ لشن حرب عالمية ثانية ٠

وهذا مثال زائف لتحريف التاريخ لأغراض الدعاية ٠ أما الحقائق فى ذاتها فهى دائما نزيهة ولا محل للطعن فيها ٠

١ ـ فألمانيا سعت الى الصلح لأن حالة الجيش الالمانى العسكرية كانت واهية منذرة بكارثة ٠

٢ ـ كانت معنويات الجندى الالمانى منحطة نظرا للمعلومات التى وقف عليها بنفسه أثناء هجوم الربيع فى سنة ١٩١٨ عن العتاد والموارد التى كانت تحت يد الحلفاء وتركوها وراءهم عند تقهقرهم ، وكان ذلك أقوى من أية دعاية فى جبهة القتـــال من جانب البريطانيين أو الفرنسيين ٠

٣ ـ عندما تحول الحلفاء الى الهجوم المضاد فى أواخر الربيع كان الجندى الالمانى يعرف ولا شك فى دخيلة نفسه أنه مهزوم لا محالة ولكنه مضى يطيع الأوامر وينفذ الانسحاب الى الحدود الألمانية من غير ذعر أو اضطراب فى النظام ٠ ومع أن كثيرا من الوحدات والأفراد وقعوا فى أسر الحلفاء الا أنه لم يحدث تفكير فى الفرار الجماعى من الجيش ، كما كان لا بد أن يحدث لو أن هزيمة الجيش ترتبت على دعاية العدو .

٤ ـ كانت معنويات الأهـالى المدنيين منحطـة أيضـا الا أنها كانت أعلى نسبيا من معنويات الجنود لأن الرجل المدنى العادى لم يكن يدرى كالجندى بالحالة العسكرية الميئوس منها ، وكما أن انحطاط معنويات الجيش لم يؤد الى الفرار الجماعى من الخدمة ولا الى التمرد فان انحطاط المعنويات بين الأهالى المدنيين لم يؤد الى ثورة ولا الى مقاومة فى الداخل ٠

٥ ـ فيما يتعلق بانحطاط معنويات الأهالى المدنيين فان منشـا ذلك كان خيبة الأمل فى الدعاية الألمانية الداخلية واستمرارها على التفاؤل الزائف وتبشيرها بالنصر العاجل الذى لا يصدق وليس منشؤه الاعيب الدعاية من الخارج ووصولها الى المصانع ومشارب البيرة فى داخل ألمانيا ٠

واذا كان هذا التحليل صوابا كما أعتقد فمن الواجب أن نحكم على الدعاية البريطانية ضد ألمانيا فى الحرب العالمية الأولى بأنها كانت تسير بمهارة وحذق بكل تأكيد فى الحدود الموضوعة لها الا أنها لم تستطع ولم تكن تستطيع أن تؤثر تأثيرا حاسما على مجرى الحوادث ٠ وقد قنع أغلب الذين درسوا هذا الموضوع بأن يسوقوا دليلا على نجاحها ذلك الثناء الجميل الذى ازجاه اليها الجانب الألمانى فيما بعد ولا سيما من هتلر نفسه ٠٠ فقد قال « ان الدعاية الانجليزية والفرنسية

نجحت فى توسيع الفرقة بين شمال وجنوب ألمانيا »(١) • ولكن الواقع هو أن ذلك الثناء كان دعاية لا يقصد منها تسجيل حقيقة تاريخية بل اثارة مشاعر الألمان المولعين بالوطن •

وعلى النقيض من ذلك كانت دعاية الحلفاء للشعوب الخاضعة لحكم النمسا والمجر أنجع فى المساهمة فى اذكاء الاضطرابات أو على الاقل التعجيل بها ، تلك الاضطرابات التى أفضت الى انهيار تلك الامبراطورية ذات التاجين • فقد كانت الأوضاع هناك أصلح للدعاية منها فى ألمانيا لسببين جوهريين :

الأول : أن الحلفاء كانوا يتحدثون الى أصدقاء ولم يكن عليهم مكافحة المقاومة العقلية التى يجب على رجل الدعاية أن يحسب حسابها بين أفراد الهدف عندما يوجه كلامه الى جماعة من الأعداء •

الثانى : أن الدعاية كانت موجهة الى زعماء الشعوب المحكومة واتباعهم على السواء بينما كانت المشكلة عند توجيه الدعاية الى الألمان هى دق أسفين بين الزعماء والأتباع •

وقصارى القول أن التشيك والسلوفاك والسلاف والكروات كانوا يرحبون بالتشجيع الذى يصدر اليهم من دعاية الحلفاء بينما كان الألمانى العادى لا يرحب قطعا بأن يسمع من الحلفاء أو أى مصدر غيرهم أن الحرمان والشظف اللذين عاناهما مدى سنوات الحرب الأربع ، كل ذلك ذهب دون جدوى • وذلك لأن ألمانيا كانت تمجد الحرب قبل اندلاع الحرب بل ليس هذا فحسب وانما نشرت كتبا لتبرير الحرب والبرهنة على أنها « ضرورة بيولوجية » بمعنى أنهـا ضرورية للحيـاة الانسانية والتقدم(٢) •

وهكذا نصل الى استنتاجين يمكن استخلاصهما من هذا التحليل :

الأول : أن رجل الدعاية يجد أنه أسهل عليه التأثير فى المشاعر أو تركيز الهدف اذا كان ذلك الهدف صديقا أو على الأقل يمنحه من صبره واحتمـاله ، والعكس اذا كان الهدف متشككا أو معاديا له •

---

(١) كتاب : « كفاحى » المؤلف ادولف هتلر ـ الطبعة العاشرة ـ صفحة ٢٢٢ ـ لندن عام ١٩٣٦ •
«My Struggle», by: Adolf Hitler, Tenth Edition, Page 222, London, 1936.

(٢) المرجع : كتاب « لمحات من تاريخ العالم » تأليف : جواهر لال نهرو • مترجم ـ طبعة اولى ـ صفحة ٧٩٢ ـ القاهرة ـ عام ١٩٥٩ •

الثانى : أن التـأثير على الهـــدف يختلف عن مجرد بث روح الشر بين الأصدقاء مثلا أو بث الرعب بين الاعـداء بل أن الأثر الحقيقى هو استيلاء هذا التأثير على المشاعر حتى يتحول الى تغيير فى سلوك الهدف ٠

كما استخدمت الدعاية خارج امبراطوريات الوسط وفى الولايات المتحدة وغيرها من دول الحلفاء لصالح الشعوب المحكومة قسرا والمهضومة الحقوق فى امبراطورية النمسا والمجر مثل الشعب التشيكى ، وقاد الدعاية بطل تحرير هذا الشعب « مازاريك » ، وأنشأ بمساعدة الحلفاء قوات رمزية لمعاونة الحلفـاء ٠ وكذلك قام للدعاية للوطن هناك الشعب الهنجارى ثم شعب بولندا بعد انهيار القيصرية الروسية « لآل رومانوف » ٠

واستخدم الحلفاء عبارات رنانة لحفز همة الولايات المتحدة حليفتها الكبرى لمساعدتها بالعتاد ، وضمن ما اتبع عبارة كليمانصو رئيس وزراء فرنسا وبطل النصر فى ١٥ ديسمبر سنة ١٩١٧(١) ، الذى اطلع على تقرير الغرفة التجارية الفرنسية عن مخزون البترول الضرورى للصناعة واستمرار الحرب والطائرات والدبابات وأدرك حرج وخطورة الموقف فأبرق الى الرئيس ويلسون يستنجد به ويعلنه بضرورة ارسال كميات وفيره منه والا تعرضت جيوش الحلفاء الى هزيمة ماحقة ، وهذه العبارة معناها أن « كل قطرة من البترول تعادل قطرة من الدم» ٠ أى أن البترول للحرب كالدم فى بث النشاط فى الجسم ، وأنه أيضا فى شحه يؤدى الى سفك دماء غزيرة لجيوش الحلفاء ، وصارت عبارة كليمانصو مثلا هاما فى ضرورة البترول لأداة الصناعة والحرب اليوم ٠

---

(١) انظر « البترول فى السياسة الدولية » للدكتور احمد سويلم العمرى ـ طبع فى مصر ص ١١٦ ـ عام ١٩٥٨ ٠

القســم الثانى

المبادىء العامة للاعلام والدعاية

- ثورة الاتصال بالجماهير ٠
- مسألة قوة الرأى ٠
- الرأى العام ٠
- الدعاية ٠٠٠ تعريفها وماهيتها ٠
- حسن استخدام الدعاية ٠
- الدعاية تتخذ شكلا علميا ٠

الفصل الرابع

ثورة الاتصال بالجماهير

يعيش العالم اليوم فى ثورة هي ثورة الاتصال بالجماهير وهي ما يسمى Mass Communication

ولقد أجريت التجارب العلمية فى ميدان هذه الثورة الجديدة ليس للتأثير على مخ الانسان فحسب ، بل ان التفكير قد وصل الى وضع خطة اعلامية ودعائية ، للطفل منذ ولادته ، حتى ينشأ ويصل الى سن الاقتراع على رئيس الجمهورية ، أى بعد ٢٠ عاما من مولده ، وهل سيعطى صوته فى انتخابات رياسة الولايات المتحدة الامريكية مثلا الى المرشح للرئاسة عن الحزب الجمهورى أو المرشح للرئاسة عن الحزب الديمقراطي ؟ وذلك على أساس موالاة ثورة الاتصال بالاعلام والدعاية للتحكم فى حياة هذا الفرد حتى يصل الى سن العشرين ٠

وسنذكر فى هذا الفصل والفصول التالية بعض الأفكار والأساليب الفنية ووسائل الاتصال ثم العوامل المؤثرة والاستجابات الناتجة لدى الفرد ، ونوضح بعد ذلك رد الفعل المطلوب منه أو السلوك الذى يسعى اليه رجل الاعلام والدعاية من الفكرة التى وضعها ، واذا تحدثنا عن وسائل الاتصال والاعلام والدعاية وجب أن نذكر أنه منذ أن يستيقظ الانسان (فى السبعينات من القرن العشرين) يجد أن هناك مؤثرات كثيرة تتسابق كلها بسرعة وفن وعلم نحو هدف واحد هو الانسان والتأثير على عقل الانسان ، فمنذ أن يفتح عينيه فى فراشه فى الصباح الى أن يغمض عينيه فى فراشه فى المساء وهو هدف لكل وسائل الاتصال ٠٠ الاذاعة تتحدث اليه ، وصحف الصباح يجدها أمامه ، فاذا خرج الى الشارع يجد ملصقات، ويجد الناس يتحدثون اما عن آخر الأخبار أو آخر الشائعات أو آخر « النكت » ، أو يتقولون على شخص ما أو يغتابونه بالهمس أو « الدردشة » ، أو يرى المرء معارض الفنون بأشكالها وأنواعها المختلفة ، وفى وقت فراغه قد يسمع محاضرة أو مناقشة أو يتابع فيلما سينمائيا أو يشاهد مسرحية ٠

واذا عاد الى منزله ، فانه قد يقرأ مجلة أو جريدة المساء أو كتابا للتسلية قبل نومه أو يشاهد برامج التليفزيون أو يستمع الى موسيقى وأغنيات .. ثم ينام

المواطن الذى يعيش فى سبعينات القرن العشرين بعد أن شاهد وسمع وقرأ كل ما وصل اليه العقل البشرى من مؤثرات للاتصال بعقله والتأثير عليه •

ولم يكتف العقل البشرى بما اخترع من العجائب ليؤثر فى عقل الانسان بكل وسائل الاتصال ، بل لقد اخترع الآن آلات حديثة اليكترونية توضع تحت وسادة النائم وتدخل الى عقله كل ما يراد معرفته من العلم والمعلومات، وهذا الجهاز الأليكترونى يتكون من ثلاثة أجزاء هى : ميكروفون ، وجهاز تسجيل عليه شريط مسجل به معلومات ، وساعة منبهة بدون جرس يضبطها الانسان على الوقت الذى يريد أن يعمل فيه الجهاز ، فيدار الجهاز المسجل بوساطة الساعة المحددة أتوماتيكيا فى الساعة الثانية أو الثالثة صباحا مثلا لعدة مرات • وفى صباح اليوم التالى اذا قرأ هذا المواطن مرة واحدة أو اثنتين ما وصل الى عقله وهو نائم بواسطة هذا الجهاز فانه يتذكره ويثبت فى عقله •

وقد وجدت التكنولوجيا الحديثة أن عقل الانسان وهو نائم يكون مستعدا للتأثير عليه ثم الاستجابة السريعة لكل ما يصل اليه •

وهكذا لم يكتف العلم الحديث بأن يوجه الى عقل الانسان كل ما يريده وهو متيقظ فى النهار ، بل أراد أن يوجه اليه العلم ويعلمه حتى وهو نائم •

كل هذه الوسائل ــ وسائل الاتصال بالجماهير ــ هى التى تسمى وسائل الاعلام والدعاية ، ويمكن تلخيصها فيما يلى :

١ ــ الوسائل المقروءة ، وتتمثل فى :

الصحافة ــ وكالات الأنبـــاء ــ المطبوعات ، من كتب الى نشرات الى ملصقات •

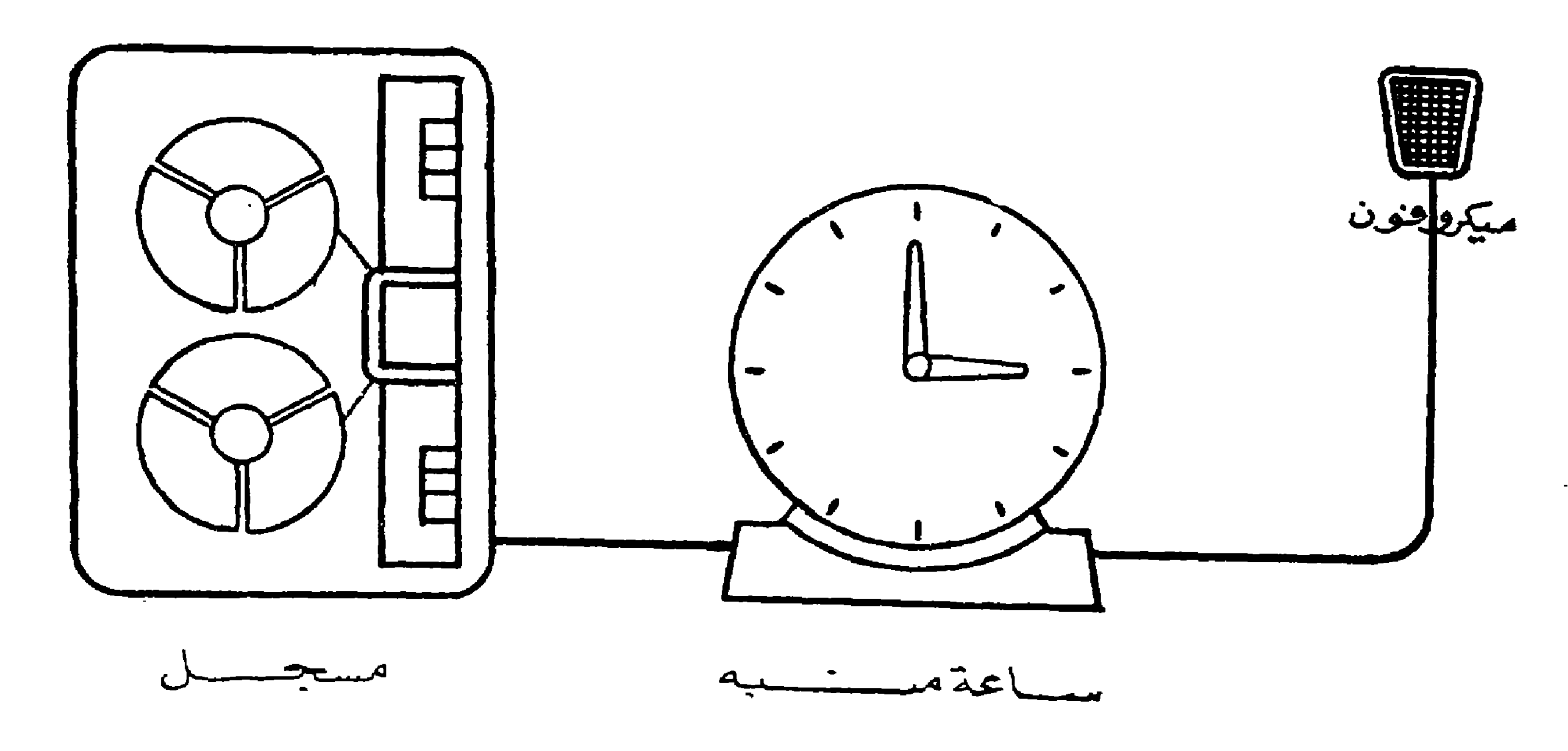
٢ ــ الوسائل السمعية وتتمثل فى :

الاذاعة ــ الخطابة (وهى تشـــمل الخطبة والمحــاضرة) ــ الندوة ــ الشائعات ــ المناقشة •

٣ ــ الوسائل البصرية وتتمثل فى :

الفنون ــ لوحات تشكيلية ــ نحت ــ رقص •

رسم توضيحي لمكونات جهاز الاستماع الليلي



٤ ـ الوسائل السمعية ـ البصرية ، وتتمثل فى :

التليفزيون ـ المسرح ـ السينما ٠

٥ ـ الوسائل الشخصية ، وتتمثل فى :

المقابلة ـ المحادثة ٠

ولم يكتف هذا القرن بما وجدنا فيه من مذاهب مختلفة بل وجدنا العلم أيضا يستخدم من أجل هذه المذاهب لتخترق الحدود والبحار والجبال والمحيطات والغابات حتى تصل الى انسان السبعينات من القرن العشرين ٠

كما وجدنا القمر الصناعى ينقل برامج التليفزيون من أى نقطة على سطح الكرة الأرضية للمشاهد وتسمع فى وقت حدوثها ٠

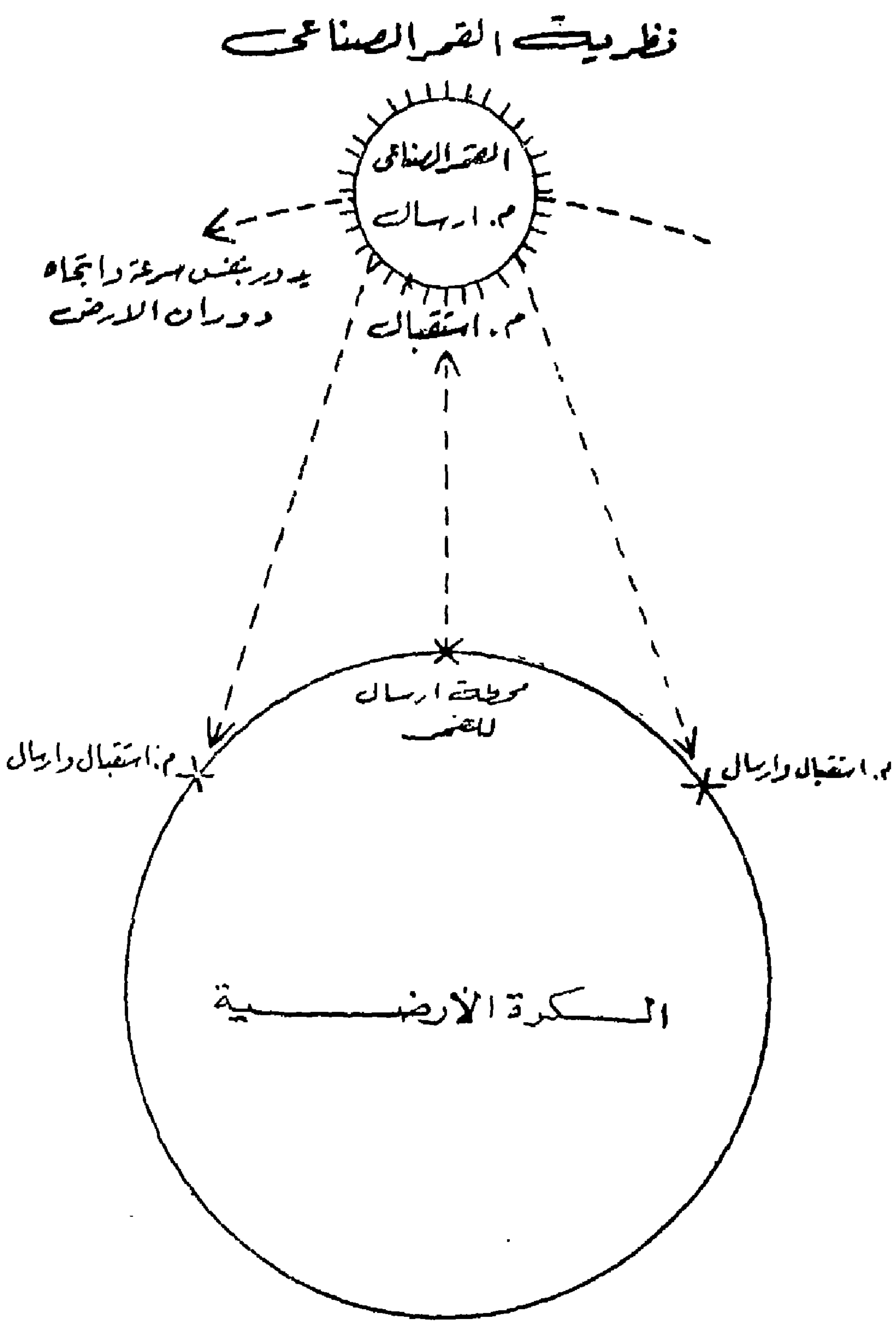
ونظرية القمر الصناعى تتلخص فى أنه اذا كانت فى بلد ما محطة ارسال تليفزيون فانها تستطيع أن توجه ارسالها الى القمر الصناعى الذى يدور بنفس سرعة الأرض وبنفس اتجاه دوران الأرض ، أى أن المسافة تكون ثابتة دائما بين القمر الصناعى ومحطة ارسال التليفزيون ٠ وهذا القمر الصناعى تركب عليه محطتا استقبال وارسال ، الأولى تستقبل البرامج المرسلة من هذه المحطة التليفزيونية الأرضية والأخرى ترسلها الى أية محطة استقبال على سطح الأرض ثم ترسلها بدورها الى جميع أجهزة استقبال الأفراد فى مساحات كبيرة من سطح الكرة الأرضية ٠

وهكذا نرى مدى استخدام العلم من أجل التأثير على مواطن اليوم ، كما نجد أن كل هذه الوسائل العلمية الحديثة تستخدم أحدث ما ابتكره العقل البشرى فى نقل فكرة أو أفكار معينة تتضمنها مواد الاعلام والدعاية للتأثير على المواطن كفرد ، ثم التأثير على الجماعة أو الشعب أو الشعوب ٠ وهذا الجهد العلمى الجبار كله يستخدم فى جزء من حلقة الاتصال بالمواطن المكونة من ثلاثة أجزاء :

الجزء الأول : هو فكرة أو مواد الاعلام والدعاية التى يراد نقلها الى **الجزء الثانى :** وهو وسائل الاتصال ، للتأثير على **الجزء الثالث :** وهو عقل الانسان ٠

ولا بد من أن يكون الجهد العلمى والفنى من ناحية الفكرة ومواد الاعلام والدعاية قد صيغ بأحدث أسلوب علمى حتى يستقبلها عقل المواطن ليقتنع بها ، ويعمل بهديها ، ويكون سلوكه متأثرا بها ٠

ان الاتصال بالجماهير علم وفن ، ومواد الاعلام والدعاية علم وفن ، كما ان وسائل الاقناع هى أحدث ما ابتكره العقل البشرى للتأثير على عقل الانسان ٠



استخدام القمر الصناعي في عملية الارسال التليفزيوني

الهدف من نظرية الاتصال الاعلامي والدعائي

ان الهدف من الاعلام والدعاية هو أن تكون هناك فكرة معينة مرسلة نريد توصيلها الى المرسل اليه وهو اما فرد أو جماعة أو شعب أو عدة شعوب ٠

فاذا نتج عن هذه الفكرة أن اتبع المرسل اليه السلوك الذى تريده الفكرة ، فان رجل الاعلام والدعاية يكون قد نجح فى غرضه ، واذا لم يتبع المرسل اليه السلوك الذى تريده الفكرة يكون رجل الاعلام والدعاية قد فشل فى تحقيق غرضـه ٠

ويجب أن ندرس هذه السلسلة دراسة علمية وفنية ونوضح الطريقة التى يجب أن يتبعها رجل الاعلام والدعاية حتى نتحقق من أن المرسل اليه قد اتبع هذه الفكرة سلوكيا ، أى بالفعل والعمل ٠

وتتكون هذه السلسلة من :

١ ـ رجل اعلام ودعاية ٠

٢ ـ فـكرة ما ٠

٣ ـ اتباع اساليب علمية وفنية فى الاعلام والدعاية لهذه الفكرة ٠

٤ ـ اتباع وسائل اتصال بالجماهير (اما وسائل مقروءة أو وسائل سـمعية أو وسائل بصرية أو وسائل سمعية ـ بصرية أو اتصال شخصى) ٠

٥ ـ المرسل اليه ، وهو اما فرد أو جماعة أو شعب أو شعوب ٠

(أ) وهنـا تجب دراسـة العـوامل الخارجية والداخليـة التى تؤثر فى الشخص (الفرد أو الجماعة أو الشعب أو الشعوب) ٠

(ب) أثر الفكرة فى نفسية الفرد ٠

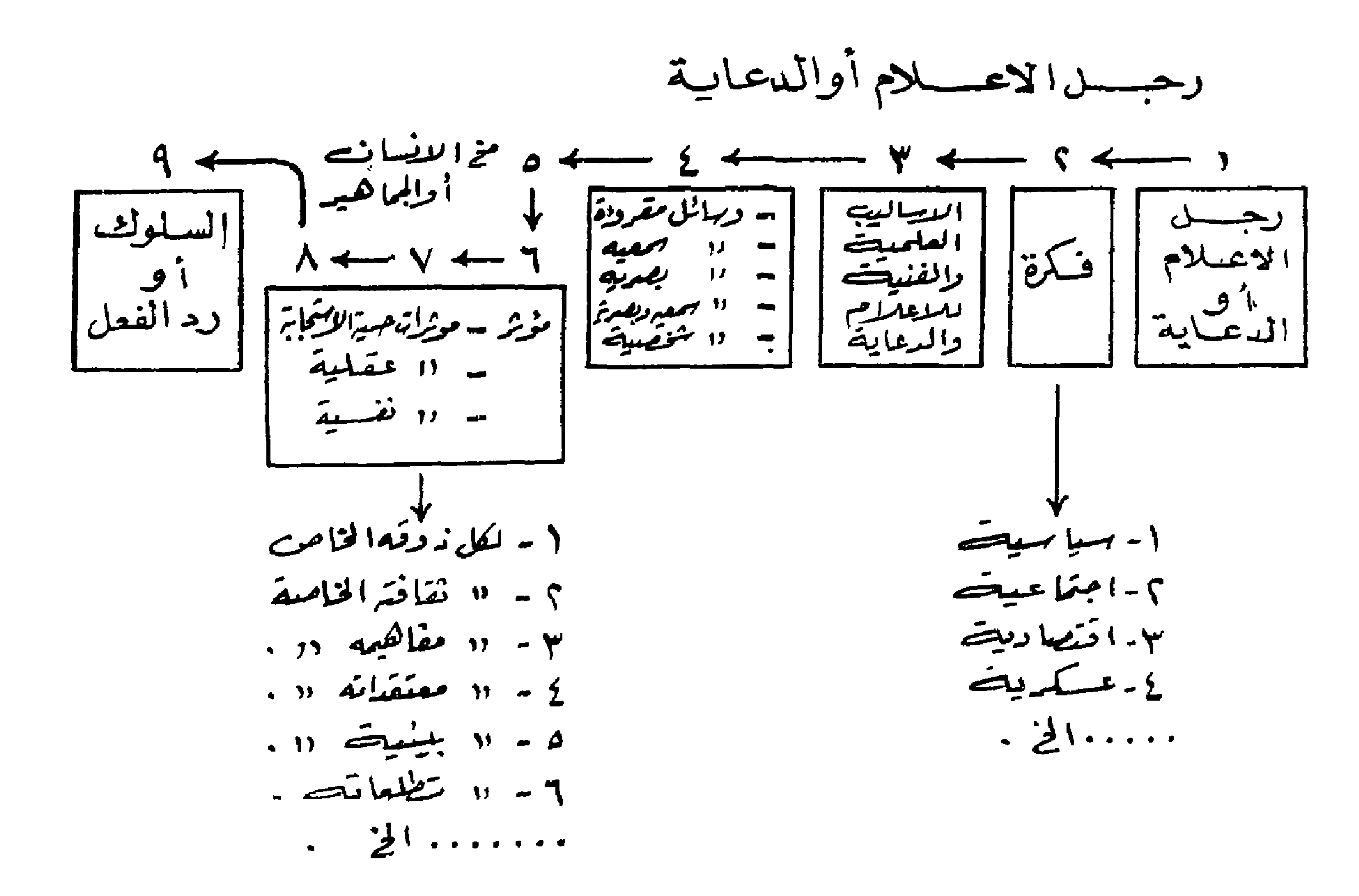
٦ ـ المؤثر الذى سيحدث تأثيرا فى المرسل اليه ٠

٧ ـ العوامل المؤثرة سواء الحسية أو العقلية أو النفسية ٠

٨ ـ الاستجابة التى ستنتج عن المؤثر ٠

٩ ـ السلوك أو رد الفعل ٠

رجـــل الاعـــلام أو الدعاية



واذا كان السلوك أو رد الفعل للفرد أو الجماعة والشعب مستجيبا مع الهدف الذى ترمى اليه الفكرة فان الاعلام أو الدعاية تكون ناجحة ٠

(١) دراسة رجل الاعلام والدعاية

يجب أن يتميز رجل الاعلام أو الدعاية بصفات خاصة ، منها أن يكون موضع ثقة الشخص الذى توجه اليه الفكرة ، وأن يتصف بالاحترام والخبرة والصدق ، وأن يكون متخصصا فى مادته بعلمه وتجاربه ، ومهما تكن عظمة الفكرة أو قدسيتها ، فان رجل الاعلام له أهميته الكبرى ، ويكفى أن نذكر فى هذا قول الله تعالى حينما وصف الرسول عليه الصلاة والسلام « **لو كنت فظا غليظ القلب لانفضوا من حولك** » ٠

وهذه الرسالة هى رسالة القرآن وما أعظمها وأقدسها من رسالة ، وقد وصف الله تعالى رسوله عليه الصلاة والسلام فى قوله : « **وانك لعلى خلق عظيم** » .

لذلك فان رجل الدعوة أو الاعلام يجب أن يتحلى بصفات علمية وأخلاقية تسبغ عليه الاحترام والثقة من الجميع ٠

(٢) الفكرة

ان الفكرة هى أساس العمل الاعلامى ، ويجب أن تحددها على الوجه التالى :

أولا : انشاء هذه الفكرة لدى الفرد أو الجماعة أو الرأى العام العالمى ٠

ثانيا : تحوير الفكرة « ليعتنقها » الفرد أو الجماعة أو الرأى العام العالمى

ثالثا : نوع الفكرة التى نريدها :

(أ) فكرة سياسية :

مثل عقيدة سياسية أو فلسفة سياسية أو مبادىء حزب أو اتباع سياسة داخلية أو سياسة خارجية ، أو الرد على دعاية العدو أو تفنيد سياسته ٠

(ب) فكرة اجتماعية :

مثل نشر فكرة تُنظيم الأسرة أو الدعوة لعقيدة دينية أو مبدأ اجتماعي معين أو سياسة فى الحقل الاجتماعى أو نشر سياسة جمعية أو لفت النظر الى أهمية خاصة لحالة اجتماعية ٠

(ج) فكرة اقتصادية :

مثل نشر مبدأ اقتصادى معين كالاشتراكية او الراسمالية أو سياسة تجارية مثل بيع أو شراء سلعة أو أسهم ومستندات او اعلان تجارى أو نشر السياسة الاقتصادية لحزب من الأحزاب أو هيئة من الهيئات او مؤسسة من المؤسسات ٠

(د) فكرة عسكرية :

مثل التمهيد لحرب عامة أو التمهيد لمرحلة عسكرية مثل الدفاع أو الهجوم أو الانسحاب ، أو القيام بحرب نفسية دفاعية للرد على دعاية العدو أو رفع الروح المعنوية لدى الشعب أو قواته المسلحة ٠

رابعا : شروط الفكرة :

١ ـ يجب أن يوضع للفكرة أو المواد المتعلقة بها ، تخطيط وأن تكون مدروسة علميا بعد تحليل اتجاهات وميول الرأى العام ٠

٢ ـ يجب اختيار أحسن وسيلة اتصال جماهيرى لتوصيل الفكرة الى المرسل اليه ٠

٣ ـ يجب أن تكون الفكرة واضحة ومفهومة عند المرسل اليه ٠

٤ ـ يجب أن تتمكن الفكرة من أن تحقق فعلا التأثير والاستجابة والسلوك المطلوب ٠

٥ ـ يجب أن يكون التأثير والاستجابة والسلوك المطلوب من المرسل اليه مما يمكن أن ينفذه ٠

٦ ـ يجب أن تخدم الفكرة مصالح المرسل اليه ، وأن يكون فى حاجة اليها ٠

٧ — يجب التأكد من أن التأثير والاستجابة والسلوك المطلوب هى فى جانب الصالح العام ٠

لذلك يجب أن تكون وسائل الاتصال قد وضعت الفكرة لتدفعها الى عقول الجماهير اما لتقتنع بها الجماهير أو لتنزع من عقولها فكرة أخرى ٠ ومحصلة كل هذا هى الوصول الى سلوك معين ٠

٨ — يجب أن تكون الفكرة المعروضة قد درست وناقشت الآراء المعارضة لها وان يعلم المرسل اليه هذه الأفكار وهذه الآراء المعارضة مقدما مع تفنيدها واظهار خطئها ٠٠ وبذلك يتحصن المرسل اليه ضد أى فكرة ٠

٩ — يأمل المرسل اليه أن تكون الفكرة المرسلة اليه ملائمة أو متفقة مع أفكاره أو تؤيدها ٠ أما اذا كانت الفكرة لا تتمشى مع أفكاره فقد تجد صعوبة لدى عقل المرسل اليه ليصدقها ٠

١٠ — يجب أن تكون الفكرة المعروضة غير مصاغة في صيغة أمر أو استكبار أو استعلاء على المرسل اليه ، فالمرسل اليه يحب دائما أن يشارك فى صنع حياته بنفسه وأن يأخذ هو القرار ويستجيب طواعية بعد اقتناع ٠

١١ — يجب أن تكون الفكرة متفقة مع المجتمع كله ان أمكن لأن المرسل اليه يريد عادة أن يحقق أفكاره بشرط أن يسلك السلوك الذى ترضى عنه الجماعة التى يعيش فيها ٠

(٣) الأساليب العلمية والفنية للاعلام والدعاية

عندما ينتهى رجل الاعلام والدعاية من اتباع الشروط الواجبة لنجاح الفكرة فانه يلجأ الى الأساليب العلمية والفنية للاعلام والدعاية ٠

(٤) وسائل الاتصال

بعد أن يختار رجل الاعلام والدعاية الأسلوب الفنى للاعلام والدعاية الملائم للفكرة يلجأ الى اختيار أصلح وسيلة أو اثنتين أو أكثر من وسائل الاتصال تتلاءم مع الهدف من الفكرة لكى يتحقق الهدف من تنفيذها ٠

وهذه الوسائل هى :

اولا : وسائل مقروءة :

الصحف والمجلات والكتب والنشرات ·

ثانيا : وسائل سمعية :

الاذاعة والندوة والخطابة والمناقشة والدردشة والشائعة ·

ثالثا : وسائل بصرية :

اللوحة الفنية والرقص والنحت ·

رابعا : وسائل سمعية ـ بصرية :

التليفزيون والمسرح والسينما ·

خامسا : وسائل شخصية :

المقابلة والمحادثة ·

(٥) المرسل اليه

الفرد أو الجماعة أو الشعب أو الشعوب

قبل أن تصل الفكرة بوسائل الاتصال الى المرسل اليه فانه يجب على رجل الاعلام والدعاية أن يدرس شخصية المرسل اليه دراسة علمية سواء كان فردا أو جماعة أو شعبا أو شعوبا ، وتكون هذه الدراسة على أساس أن الفكرة ووسيلة الاتصال تتفق مع المرسل اليه ·

ويجب على رجل الاعلام والدعاية أن يكون على بينة من النقاط التالية فى دراسته لشخصية المرسل اليه :

١ ـ ان لكل فرد او جماعة أو شعب ذوقه الخاص ·

٢ ـ ان لكل فرد او جماعة أو شعب ثقافته الخاصة ·

٣ ـ ان لكل فرد أو جماعة او شعب مفاهيمه الخاصة ٠

٤ ـ ان لكل فرد أو جماعة أو شعب معتقداته الخاصة ٠

٥ ـ ان لكل فرد أو جماعة أو شعب بيئته الخاصة ٠

٦ ـ ان لكل فرد او جماعة أو شعب تطلعاته الخاصة ٠

(٦) التأثير

يجب أن ننظر الى الفكرة على ضوء عوامل مختلفة لكي تؤثر في عقل المرسل اليه ، حيث أن المرسل اليه عندما تصله الفكرة يتلقاها بالطريقة التالية :

١ ـ يستعيدها على ضوء الوعي الكامل ٠

٢ ـ يستعيدها على ضوء اللاشعور أو اللاوعي أو العقل الباطن ٠

٣ ـ ينظر اليها من وجهة نظر التقاليد التي نشأ عليها ٠

٤ ـ يفحصها في ضوء المعتقدات الدينية التي يؤمن بها ٠

٥ ـ يقارنها بالأفكار التي يعتنقها ٠

٦ ـ يوائمها مع نوع الحياة التي يحياها والثقافة التي يسلكها ٠

٧ ـ يزنها من ناحية التطلعات التي يسعى الى تحقيقها ٠

٨ ـ يربطها بالنواحي الانسانية التي يتوخاها في سلوكه الخاص ٠

ولذلك فان المرسل اليه يعمد الى مقارنة هذه الفكرة بالأفكار التي يعتنقها ، كما يعمد الى المقارنة بين النتائج المترتبة على قبولها بحيث لا تتعارض مع النتائج التي يتطلع اليها ٠

وهنا يدور صراع عنيف بين كل ما يؤمن به وبين ما تحتويه الفكرة ٠ وسواء رفض الفكرة أو قبلها فان هناك عملية أخرى هي عملية الاستجابة للمؤثرات الحسية والعقلية والنفسية ٠

(٧) المؤثرات

وتنقسم المؤثرات الى ثلاثة أنواع :

١ - المؤثرات الحسية :

تستثير الأحاسيس الطبيعية - كالحب أو الكراهية أو الفرح أو الحزن أو التعاسة أو ... الخ .

وهى ردود فعل غريزية .

٢ - المؤثرات العقلية :

تستثير العقل والتفكير - كالتصديق والتكذيب والتأييد والرفض والاعجاب والاستنكار .

وهى ردود فعل عقلية .

٣ - المؤثرات النفسية :

تخاطب العقل الباطن أو اللاشعور والخبرات والتجارب فى داخل اللاوعى الناتجة من صراع النفس وشتى ضروب التعارض أو التوافق بين الماضى والحاضر .

وهى صادرة عن ردود فعل نفسية .

وقد استخدمت وسائل الاتصال والاعلام والدعاية كل هذه المؤثرات بالقدر الملائم والظروف الملائمة وفى الوقت الملائم بالعلم والخبرة ودراسة الرأى العام وتحليله .

وبفن التأثير على الجماهير .

وبفن الاعلام والدعاية .

ولو أحسن استخدام هذه المؤثرات لنجحت عملية التوصيل وأنتجت التأثير المطلوب . كما أن وقوع أى خطأ مباشر أو غير مباشر من شأنه أن يؤدى الى فشل عملية التوصيل ، وقد ينتج تأثيرا عكسيا تماما يتولد داخل الفرد المتعرض لوسائل الأعلام والدعاية والاتصال .

(٨) الاستجابة

١ – قد يقبل الانسان الفكرة بعقله باعتبارها فكرة وجيهة ولكنه يرفض أن يسلك السلوك المطلوب لأنه يرفضها بقلبه اما لأنه لا يريد ذلك واما لأنه عاجز عن ذلك .

٢ – أو قد لا يقبلها ولكنه يسلك سلوكا ايجابيا مع الفكرة ، أى أنه يرفضها بعقله لأنها غير صائبة ولكنه يقبلها بقلبه اما لأنها بدعة مستحبة أو لأنه عاجز عن مقاومة اغراء الأخذ بها .

(٩) السلوك أو رد الفعل

بعد أن يقتنع المرسل اليه بقبول الفكرة أو رفضها تبدأ عملية استرجاع المؤثرات التى ذكرناها مرة أخرى . ولكى يكون السلوك مطابقا للفكرة فان المرسل اليه يراجع نفسه ليكون سلوكه الشخصى متمشيا مع السلوك الجديد المراد له ، بناء على قبوله للفكرة أو رفضه لها وهل هذا السلوك الجديد يتوافق مع السلوك الجماعى الجديد المراد أن يسلكه جميع المتعرضين للاستجابة المماثلة أى المقارنة بين مصلحة الفرد ومصلحة الجماعة . وعندئذ يدور صراع بين الفرد ونفسه .

لذلك كلما كانت سلسلة الاتصال الجماهيرى مقنعة وواضحة وصريحة ، بالنسبة لاكبر عدد من الأفراد ، استجاب الأفراد للفكرة ، فان هذا يؤثر على قرار الفرد المرسل اليه . وهذا يرجع الى وجود صراع عنيف بين ما يريده الانسان بدافع ميوله ورغباته وبين ما تريده له وسائل الاتصال والاعلام ، لذلك يحرص رجل الاتصال أو الاعلام فى مجالات : الفكرة – التأثير – الاستجابة – ردود الافعال على أن تتم كلها على نحو سليم لا يحدث فيه تعارض أو تنافر بين التأثير والاستجابة من ناحية وبين ردود الفعل السلوكية من ناحية أخرى .

والاعلام الناجح هو الذى ينجح فى جعل المبادىء الثلاثة (الفكرة والتأثير والاستجابة) متحركة بدون ضغط أو كبت أو الزام ، ولذلك يلجأ الاعلام ووسائل الاتصال الى الطرق التالية لمنع التضارب أو الخلل :

١ – الالحاح :

وهو طرح الفكرة مرات ومرات وفى أشكال جديدة ومناسبات وظروف مختلفة لكى يصل الى الغرض المطلوب .

٢ ـ المتابعة :

لتعميق وترسيخ الفكرة فى عقول الجمهور وطرح نتائجها مرات ومرات فى أشكال ومناسبات مختلفة ٠

٣ ـ الملاحقة :

لتجديد شباب الفكرة واكسابها مزيدا من الحيوية ٠

وعن طريق هذه الوسائل الثلاث يحدث الاغراء فيتحقق التجاوب والتفاعل والالتحام والمشاركة بين الاعلام والجمهور ٠

وهناك مثل عملى يجب على رجل الاعلام أن يضعه أمامه فى هذا الموضوع ٠٠ وهو أنه اذا ذهب شاب من الشرق مثلا الى دولة غربية ليتلقى فيها علومه ، فقد ينسجم هذا الشاب فى المجتمع الجديد وينجح فى علومه ، وقد نجد أن هـذا الشاب يفشل فى هذا المجتمع بسبب أن ثقافته تختلف تماما عن الثقافة الغربية وهذا ما يسمى بالثغرة الثقافية .Culture Gap ٠ وكلما كانت هذه الثغرة كبيرة فان هذا الشاب يصاب بصدمة ثقافية Culture - Shock وبذلك يفشل فى تلقى العلوم ٠ وهذا المثل يوضح أهمية فهم ودراسة المجتمع الذى نوجه اليه الاعلام ٠

(١٠) أساليب ارهابية للتأثير على العقل

ان الانسان مخلوق معقد يتأثر سلوكه بعوامل ظاهرة وخفية ٠

والسلوك الاجتماعى للانسان يحدث نتيجة تأثيرات داخلية صادرة من داخل الانسان أو من عوامل خارجية وكلها مرتبط بعضها ببعض وكل هذا ينتج عنه سلوك الانسان ٠

كما أن كل انسان يفكر وينفعل ويسلك سلوكا معينا ٠

ولا يفترق أحدنا عن الآخر فى ذلك ، فى أنه يفكر وينفعل ويسلك ، ولكن طريقة التفكير وطريقة الانفعال وطريقة السلوك تختلف ، فالناس يختلفون فى طبيعتهم وفى تكوينهم ٠

وتحاول وسائل الاتصال بالجماهير احداث مؤثرات معينة على مخ الانسان بدرجات تتفاوت مع طبيعة الانسان ٠ وأقصى نجاحها هو أن يصل الانسان الى درجة الاستسلام العقـلى ، فيتوقف مخه ويصبح مسـتعدا لتقبل أية ايحاءات تفرض عليه ٠

ولكن ليس معنى هذا سلوك طريقة « **غسـل المخ** » لأن هذه الطريقة تعنى محاولة توجيه الفكر الانسانى أو العمل الانسانى ضد رغبة الفرد الحر أو ضـد ارادته أو عقله ٠

غسل المـخ :

تستخدم طرق متعددة فى عملية غسل المخ ، منها :

١ ـ الاعتراف ، بالكشف عن كل الأخطاء ٠

٢ ـ اعادة التعليم والتثقيف أى اعادة تشكيل الفرد فى الشكل المطلوب ٠ وهذه العملية ليست هى « قتل العقل » وذلك لأن هذه العملية توجد خضوعا لا اراديا عند الفرد وتجعله تحت سلطان نظام لا تفكيرى حتى يصبح فى غمرة رق آلى لا حيلة له فيه ولا قدرة له على تجنبه ٠

٣ ـ ان الانسان تحدث له فى حياته ردود فعل نتيجة محاولاته ، ويتوقف مدى نجاحه على موازنته بين هذه المطالب الضرورية وبين ردود الفعل مثل الخوف واليأس والكراهية وغيرها ، وهى الركيزة التى يحاولون السيطرة بها على معتقدات الناس بمحاولتهم باستمرار خلقها واثارتها ، وذلك بفرض مؤثرات معينة على مخ الانسان بدرجات متفاوتة مع طبيعته حتى يصل الى درجـة الانهيار ، بحيث يتوقف المخ ويصبح الانسان فى حالة ضياع تام ، ويصبح مستعدا لتقبل أية ايحاءات تفرض عليه ٠

وهناك عوامل أخرى لقتل العقل والتأثير عليه منها :

١ ـ عزل الشخص عن الحياة العامة :

مثل وضعه فى زنزانة أو عزله عن أصدقائه ٠

٢ ـ الضغط الجسمانى :

مثل الحرمان من الطعام والنوم حتى يصل الى حالة الاعياء والانهيار مما يؤدى الى تشويش الملكات العقلية ، ويمكن من استخدام الايحاء نحو الشخص الواقع تحت هذا التأثير ٠

٣ ـ التهديد وأعمال العنف :

مثل استخدام العنف والضرب أو خيانة الصديق ٠

٤ ـ الاذلال والضغوط :

مثل ارغام الشخص على توجيه عينه نحو الأرض أو استجوابه لمدة طويلة ٠

٥ ـ الدروس الجماعية :

وهى تؤدى الى حدوث الانفصام العقلى وهو مرض عقلى خطير يتميز بالانسحاب من الواقع والعزلة والاضطراب فى التفكير ثم يحدث الاستسلام النفسى ٠

وهناك من يعتبر أن عمليات غسل المخ أو قتله او التأثير عليه عمليات لا تعتبر ضربا من ضروب الاعلام أو الدعاية بل هى عمليات ارهابية ، وهناك من يعتبرها من وسائل الاعلام والدعاية ٠

ولقد ذكرنا هذه الأمثلة فى هذا الصدد ، حتى نعرف كل الوسائل التى تتبع من أجل التأثير على مخ الانسان ٠

الفصل الخامس

مسألة قوة الرأى

غالبا ما يكون عامل التغير فى المجتمع هو تلك الحركة الاجتماعية سواء كانت حركة دينية أو قومية ، أو شعوبية ، أو عنصرية ، أو وطنية أو قبائلية : فكل منها تتميز بطابعها وعواملها الخاصة • وفى بعض الأحيان حتى فى حالة عدم وجود حركة جماعية مثل التعصب لقيمة واتجاه فردى واحد ولهدف واحد ، نجد أن مثل هذا الاتجاه يدفع المجتمع الى التغير • ان أمثال هؤلاء الرجال الذين يقومون بحركات جماعيـة ، والذين يمارسـون اتجاهـاتهم عن تعصب ، يعتبرون من « المؤمنين الحقيقيين » الذين يحملون رسالات معينة موضوعة بطريقة أو بأخرى لتتضمن أيديولوجية ، ويبحثون عن وسيلة لخلاص أرواحهم وأنفسهم عن طريق أعمالهم القائمة على أساس الدين أو الايمان العميق بالأشياء •

ومقابل وجود « المؤمن الحقيقى » الذى يخضع للالتزامات القوية ، يوجد أيضا المواطن الذى يهتم بالأمر الذى يتم تسجيله فى مجال دراسات الرأى العام كشخص يهتم كثيرا بالشئون العامة ويهتم بصفة شخصية بنتائج الانتخابات اهتمـاما بالغـا • وهو يشـبه تمـاما « المؤمن الحقيقى » فى قوة التزامه ببعض الآراء المعينة أو المجموعات ويمارس نشاطا ايجابيا فعالا ، ويكرس جزءا من حياته لمعتقداته •

فاذا كان الأمر كذلك ، يصبح لزاما علينا دراســة الالتزامات العاطفية للمواطنين المعنيين فى مرحلة الانتقال :

أولا : يدفعنا مثل هذا الأمر الى دراسـة وفحص طبيعة هـذا الالتزام العاطفى ، وادراك ما يهم المواطن المعنى وما يهتم به •

ثانيا : ويدفعنا أيضا الى اعادة بحث ودراسة بعض المصادر المباشرة ذات الاهتمام الخاص بالنسبة له •

ثالثا : يجب أن ندرس ونفحص العوامل الاجتماعية والنفسـية العميقة التى قد تبرز عدم وجود التعصب ، ووجود مشكلة ذات حدين •

رابعا : يجب أن نبحث فى هذه الظاهرة من توزيع القوة ، المشكلة التى خلقتها أقلية قوية وتواجهها غالبية غير مهتمة بالأمر ٠

(١) طبيعة الالتزام والارتباط العاطفى

١ ـ الاهتمـــــام :

يعتبر الاهتمام نوعا من الالتفات المركز نحو بعض المظاهر ألتى قد تكون ذات فائدة كبيرة أو صغيرة ٠ هل تقول : انك مهتم تمام الاهتمام أو أنك مهتم نوعا ما ، أو لست مهتما كثيرا بتتبع الحملة الانتخابية فى هذا العام ؟

٢ ـ معنى بالمسألة (أعلى درجة من الاهتمام) :

يستطيع الانسان القول بأنه معنى بمسألة معينة أو مهتما بها دون أن يكون معنيا بها ٠ وعلى هذا الأسلس يقول جزء صغير من الرأى العام الأمريكى مثلا انه مهتم بالانتخابات ، ولكن التقارير تشير الى أنه « لا يوجه أدنى أهمية شخصية بأى من الحزبين ، أو لا يهتم بنجاح أيهما » وتصل درجة عدم الاهتمام الى عدم ادراك أمثال هؤلاء العامة أن نتائج الانتخابات تؤدى الى اختلاف كبير فى سياسة البلاد الداخلية أو الخارجية ٠ أما الاعتناء بالشىء فيتطلب ادراك حقيقة معينة ، وهى أن هناك قيمة معينة تحاط بالخطر فى الوضع القائمة فيه ٠ ويميل هـذا الاعتناء فى المستقبل الى التطور واتخاذ كيان محدد بالنسبة للمواطن المعنى بالأمر .

٣ ـ قـــوة الرأى :

عندما يقرر الانسان المعنى بالأمر أنه يجب أن يتخذ موقفا معينا ، يحاول بعد ذلك أن يطور رأيه بالنسبة للمسألة التى تهمه لأنها تعكس مدى اعتنائه بالأمور ، ويؤدى هذا الأمر الى ظهور قوة موافقته أو معارضته للأمر ، أى أن آراءه ستتصف بالقوة ٠ وقد نقوم بوضع ميزان خاص لقياس هذا النوع من القوة عن طريق صورة من الأسئلة التى تهتم بالأوضاع ـ القائمة ـ سواء وافق المجيب بقوة أو أظهر تهاونا فى اجابته أو عدم التأكد أو اعترض بصورة ضعيفة أو اعترض بقوة هائلة ٠

٤ ـ المشاركة العقائدية :

لا تتميز كل مشـكلة بالنزاع والصراع ، ولكن حينما يكون هناك نزاع يشترك فيه بعض الأطراف ، فاننا نستطيع القول بأن الرأى القوى الذى يؤدى

جانبا من الجوانب يعتبر نوعا من المشاركة • وفى حالة الانتخابات تتبع المشاركة عادة المصلحة الخاصة التى تتركز فى تطوير ولاء الفرد للمجموعة كما تستطيع المواد الكيميائية تحميض الصورة السلبية واخراج الصورة الايجابية. وعندما يتم حصر المشاركة والولاء بوضوح تدخل عدة آراء فى « نطاق » هذا الاتجاه ، ففى النرويج مثلا وغالبية البلاد الاوروبية يظهر التقسيم الطبقى والمشاركة الطبقية بوضوح تام ، وهو أمر بلوره الرأى بالنسبة لكل طبقة معينة ، وجعله شيئا ملموسا • أما فى الولايات المتحدة ، فان الولاء يتجه الى الحزب •

٥ ـ التماسك والتناسق :

تعتبر المشاركة عاطفة من العواطف ، وعندما تتماسك وتتناسق الاتجاهات القائمة على أساس المشاركة مع عاطفة أخرى ، يصبح الأمر أكثر قوة • ويبدو من عدة مصادر مختلفة ومتباينة أن نقص وجود نزاع فى الرأى الداخلى يؤدى فى حقيقـة الامر الى الالتزام والارتباط العاطفى والى تحديد أنواع السـلوك التى يتطلبها مثل هذا الوضع • ولا شك أن الالتزام والارتباط القائم على أساس حرية النزاع يعتبر صفة من الصفات ، ومصدرا من مصادر القوة • وينطبق مثل هذا الوضع على الانتخابات حيث تزداد قوة المشاركة وحيث تزداد درجة الاهتمام بالنتائج ، ودرجة الاندفاع تحو المشاركة • وهذا ما ينطبق بالفعل أيضا على قوة الايمان والاعتقاد فى المسائل الأخرى •

٦ ـ الاعتقاد والاقتناع :

قد تكون قـوة الرأى تأكيدا قائمـا على المعرفة ، فان الذين توصلوا الى تعليم أفضل يتمسكون بآرائهم بقوة شديدة أكثر من الذين تلقوا تعليما أقل • ويرجع السبب فى ذلك الى أنهم (أى المتعلمين) تعليما عاليا يشعرون بأن لهم مطلق الحرية فى التمسك بآرائهم لأنها تقوم على أسس صحيحة من وجهة نظرهم. لذلك يمكن القول بأن القوة والتأكيد يسيران جنبا الى جنب ، فضلا عن ذلك يوجد استمرار فى سريان ودوران الالتزامات العاطفية : فمثلا تؤدى المصلحة الى المعرفة ، وتؤدى المعرفة الى الاعتناء والاهتمام ، بينما تؤدى العناية والاهتمام الى زيادة درجة تقبل المعلومات •

(٢) بعض مصادر القوة

أمامنا الآن مشكلتان :

١ ـ ما هى الأوضاع والمواقف التى تؤدى الى زيادة قوة الآراء فى سوق الرأى اليوم ؟

٢ ـ ما هو تفسيرنا للمنهج والطريق السياسى الذى يبدو وكأنه يولد طاقة للاهتمام ، والاعتناء والمشاركة بدون تعصب ، أو ايمان حقيقى أو التزام ؟

فبالنسبة للنقطة الأولى هناك بعض المعلومات المثيرة للاهتمام ، وبعض النصائح الحكيمة ، نوردها فيما يلى :

أولا : تؤدى المصلحة الذاتية الخالصة الى زيادة قوة الآراء : فمثلا يشعر الطلبة بقوة متزايدة بالنسبة للبرامج الاجبارية الجامعية أكثر من الشباب المراهق الذى يذهب الى المدارس الثانوية ٠

ثانيا : يؤدى تمييز المجموعة ووضوح كيانها وذاتها الى زيادة الشعور نحو مشكلة أو مسألة معينة : فمثلا نجد أن أعضاء النقابات الذين يشعرون برابطة قوية لهذه النقابات يميلون الى اعتناق آراء قوية بالنسبة لسياسة الحزب أكثر من الذين تربطهم رابطة ضعيفة بالنقابة وباتجاهها ٠

ثالثا : تولد القيم الاجتماعية العامة مثل أهمية التعليم طريقا لقوة الرأى الذى لا يعتمد فقط على المكاسب والمنافع الخاصة والمصلحة الذاتية وقد يتعارض معها ٠ وهذا ينعكس على الأوضاع القائمة عن طريق نقص العلاقات بين قوة التأييد للتعليم وقوة الرغبة فى ايجاد أطفال فى سن التعليم فى كل عائلة ٠

رابعا : قد يؤثر نوع خاص من المصلحة الذاتية على مدى قوة الرأى بالنسبة لسياسة معينة مقترحة ، ولكنه لا يوجه الرأى نفسه ٠

خامسا : يبدو أن قوة الرأى تعتبر جزءا من منهج الارتباط والمشاركة السياسية ودرجة الاهتمام بالسياسة ٠ ولا شك أن كل مسألة تستعير درجة من الأهمية وربما بعض الدوافع من مصلحة عامة أو من مشاركة فعلية فى الهدف والاتجاه ٠

وقد قادت هذه المعلومات الى أن نقول : « يبدو أن قوة الرأى تزداد وتتطور عندما يواجه الأفراد مشكلات أو ظروفا يمكن توقعها حتى تستطيع أن تؤدى الى زيادة الاهتمام والعناية » ٠

(٣) القوة دون تعصب

١ ـ الفترة التاريخية :

ان أفضل وسيلة وأهم اجابة على السؤال الخاص بقوة وفن سياسة أية دولة وتماسكها يتركز فى البحث عن دروس التاريخ وتعاليمه التى تنشأ عادة نتيجة التجارب والازمات التى تمر بها البلاد فى حياتها وتاريخها الطويل ٠

٢ ـ الانقسام الاجتماعى :

يعمل الانقسام والانشقاق الاجتماعى على زيادة حدة وقوة المشاعر ، لذلك نرى أن المجموعات ذات الولاء والكيان القوى المنفصل تعانى من مشكلات منفصلة متفرقة ٠ أما الجانب الآخر من السؤال الخاص بالمسائل التاريخية الكبرى فيتعلق بمسألة المجموعات الاجتماعية المعادية المتباينة وأهمها المجموعات الثلاث الأكثر أهمية التى تتعلق بالطبقة والدين والعنصر ٠

(أ) الطبقـــة :

يقرر ما يقرب من ثلث سكان الأمة أنهم لا يفكرون فى أنفسهم على أنهم ينتمون الى طبقة اجتماعية معينـــة (بالرغم من أنهم قـــد يذكرون طبقتهم اذا ضغط عليهم) ، ولكن هذه المجموعة الطبقية المميزة لا ترتبط باختيار سياسى معين ٠ ولا تعتبر الطبقة الاجتماعية نوعا من مجموعة (المرجع) السياسية التى تضم نحو ثلث سكان البلاد ٠

(ب) الدين :

ان الموقف فى لبنان مثلا مبنى على أساس طوائف دينيـــة فرئيس الجمهورية مسيحى ورئيس الوزراء مســـلم سنى ورئيس المجلس النيابى مسلم شيعى ٠ كما يوجد فى الولايات المتحدة توتر بين الفئات الكاثوليكية والفئات البروتستانتية ، اذ أن محاولات الادماج لم تستطع استئصال حدة الابتعاد ، الأمر الـــذى أدى الى بقاء الاختلافات فى الولاء السياسى ٠ وهناك عدة مسائل أساسية تعمل على التفرقة بين الكاثوليك والبروتستانت وقد أخذ الانحياز الدينى السياسى النسبى يتغير فى الآونة الحديثة بطريقـــة تبشر بوجود تقارب بين التيارات الدينية ــ السياسية المختلفة ٠

(ج) العنصر :

هناك أسباب ومبررات للاعتقاد بأن قوة الرأى حول المسائل العنصرية قد اشتدت واتسع نطاقها فى بعض المناطق والأحيـــاء المعينة ٠

٣ ـ استمرار المشكلات :

يبدو أن قوة الولاء لحزب من الأحزاب أو لنقابة أو طبقة أو دين معين قد تأتى من عدد السنوات التى يدخل فيها الانسان فى ممارسة وتجربة هذا النوع من الولاء ٠ وقد ينطبق مثل هذا الأمر أيضا على الآراء الخاصة بالمسائل الأخرى : فكلمـــا طالت فترة تمسك الانســان برأيه ، ازدادت درجـة قـوة شـعوره بالارتباط بهذا الرأى ٠ ولكن المشكلات تأتى وتذهب بسرعة فائقة فى المجتمعات الحديثة مثل مجتمع الولايات المتحدة ، بينما نجد أن مشكلة الاشتراكية فى أوروبا مشكلة قديمة نشأ فى ظلها الرجال سواء كانوا مؤيدين لها أو معارضين ٠ أما فى المجتمعات التى تميل فيها المشكلات الى الظهور كتجاوب واقعى لمشـكلات المعينة ، وحيث يتجه تفـكير الناس الى تشجيع الاتجاهات الجديدة بعيـدا عن التنظيمات والتكوينات الأيديولوجية الغالبة ، فاننا نجد أنه من النادر جـدا أن تتطلب مثل هذه المشكلات صفة الاستمرار والبقاء ٠ لذلك يمكن القول بأنه من النادر أن تتطلب درجة قوة من المشاعر التى تأتى نتيجة التعارف والمشاركة ٠

٤ ـ الخـوف والامتناع :

يؤدى التعصب الى خلق نوع من الحرص على النظام القديم والامتناع عن الايمان بأى أمل قد يقدم نوعا جديدا من الطمأنينة والمعتقدات ٠ ذلك أن الذين ينغمسون فى تيـار عنيف للتغـير غالبا ما يكونون غير مقتنعـين تماما ومن ثم يشعرون بأن بيوتهم وحقولهم أصبحت فى خطر كبير ، وأن هنـاك ما يهـدد نشاطهم الدينى وعقيدتهم ، وأن كيانهم القومى أصبح مشكوكا فيه ٠

٥ ـ المجالات العامة والخاصة :

كل ما كنا نتحدث عنه فيما سبق هو درجة قوة الرأى على العامة وخاصة ما يتعلق منها بالأمور السياسية التى تتركز بصفة ملموسة فى نشاط وعمل الحكومة ٠ ويجب أن نلاحظ هنا أن الأمريكيين مثلا يقومون باجراء انتخابات عامة تزيد فى معدلها عن إنتخابات أى بلد من بلاد العالم على الاطلاق من أجل شغل المناصب العامة ٠ ويميلون أيضا الى الانضمام الى المنظمات السياسـية بنفس

نسبة الفرنسيين تقريبا . ويحاول هؤلاء الأمريكيون أن يكونوا دعاة أيديولوجية محددة ، وعلى هذا الأساس يمكن القول بأن منهج المشاركة الاجتماعية والسياسية الذى يرتبط بدرجة عالية نسبيا من التقدم الذاتى والاندماج الذاتى والتطور الذاتى أيضا قد يساهم فى أسباب نجاح مصادر الاندماج والمشاركة دون أى تعصب ، وكذلك الالتزام مع طاقة ومقدرة كافية على التكيف المناسب .

٦ - التطرف :

من بين الاتجاهات القوية للرأى العام تلك القائمة بين التطرف فى بعض المسائل الهامة ، وبين قوة الشعور : فكلما ازداد تطرف الموقف واتجاه الرأى ، ازدادت درجة شعور الناس بهذا الرأى ، أما الاتجاهات المعتدلة فتميل عادة الى أن تكون أقل التزاما من الناحية العاطفية وأقل قوة فى الرأى . أما هؤلاء الذين يظلون على تطرفهم فى آرائهم فيمثلون ما تبقى من اتجاه بعد هؤلاء الذين قد يتبنون اتجاها أو موقفا على درجة عالية من التطرف لأسباب مختلفة ومتباينة. وهو أمر يجعلهم أقل قوة من ناحية المشاركة وأقل ايجابية وفعالية من الناحية العاطفية .

ولكن هناك بعض الأسس التى يقوم عليها الاتجاه المعتدل ، وهى الاعتقاد بأن هناك مجالا للقول بالنسبة لكلا الطرفين . وهناك أخيرا شىء يقوم على أساس المعرفة بين التطرف وقوة الرأى ، وهو وجود مساندة وتأييد متبادلين فمثلا وجد أن هناك علاقة بين النماذج الديمقراطية التى أخذت ميلا نحو الأشخاص الذين يعتنقون اتجاها معتدلا والذين يدعون الى المساواة بتطرف . ووجد أيضا أن القوى التى تدعو للتطرف تغذى فى الوقت نفسه قوة الرأى والاتجاه . ولا شك أن التطرف فى الرأى والاتجاه يرتبط بالانحراف ، لذلك يجب تعبئة جميع قوى التماسك والتناسق والتوجيه الآخر ، لارشاد وتوجيه العامة الى الطريق المعتدل . وهذا ما يجعل أصحاب الراى والعامة معا يميلون الى التحرك من مجالات قوة المشاعر والاتجاهات الى المجالات الأكثر اعتدالا ، والى محاولة السيطرة على العواطف .

٧ - الاندماج الاجتماعى :

يعتبر الاندماج الاجتماعى مصدرا من مصادر قوة الرأى فى مجال السياسة ، وهو نوع من النضوج الذى يستغل هذا المجال والاتجاه من الحياة من أجل هدف عاطفى معين . ويجب أن ندرك أن مثل هذا الأمر يتحقق بطريقين مختلفين .

١ - يتولى الآباء وضع القاعدة الخلفية بالنسبة لاختيار الأطفال للاتجاهات السياسية ، على أن تجد هذه القاعدة طريقها الى داخل الطفل النامى ٠

٢ - أو أن يثور الأطفال ضد آبائهم ، وعندئذ يعتنقون اتجاها سياسيا مختلفا ومغايرا لاتجاه الآباء كنوع من أنواع الرغبة فى العصيان والثورة على اتجاه الآباء التقليدى ٠

(٤) النتائج السياسية لمنهج القوة

تحدثنا عن هذه الأمور فيما سبق كما لو كان هناك أمر واحد هو السيطرة والاشراف وتبرير الآراء القوية فى لعبة السياسة ٠ ولكن التوزيع الاجتماعى لهذه العواطف يعتبر على درجة عالية من الأهمية ٠ لذلك يمكن القول عن مثل هذا الوضع :

كيف تستطيع الديمقراطية الجماعية العامة أن تجد لها طريقا للعمل اذا كان جميع الناس منغمسين تماما وبعمق فى السياسة ؟ ٠٠٠ ان الاهتمام المتطرف يسير جنبا الى جنب مع المشاركة المتطرفة ، الأمر الذى قد يصل فى النهاية الى تعصب عنيف يمكن أن يدمر الاتجاه الديمقراطى ،وطريقة الممارسة الديمقراطية اذا انتشر فى جميع أنحاء المجتمع ٠٠ كما أن الاهتمام الضئيل يؤدى الى خلق مجال للمناورة من أجل التغيرات السياسية وخلق مجتمع أكثر تعقيدا ، وفترة للتغير أكثر سرعة ٠ لذلك فان التوازن بين العمل الذى تحركه مشاعر قوية ، والعمل الذى يتصف بالقليل من العاطفة الذى يمكن الوصول اليه عن طريق عدم التجانس داخل الدائرة الانتخابية مثلا ، هو أمر هام ٠

ولكن من الصعب أن نذكر أين يوجد مثل هذا التوازن ، وهو أمر بالغ الأهمية ٠

بعض تعليقات ختامية :

يتشكل النظام السياسى ويوجه عن طريق شيئين رئيسيين :

أولهما ما يؤمن به ويعتقده الاعضاء

وثانيهما الطريقة التى يتعلمون بها والتى يقومون على أساسها بتغيير معتقداتهم السياسية ٠

ونحن لم نحاول دراسة تعقيدات وشكل المعتقدات الشعبية فى هذا الفصل، ولكننا حاولنا دراسة وفحص الطرق المختلفة التى يتم بها تعلم ومعرفة المعتقدات والآراء ويتم على أساسها تغييرها وكذلك المشكلات والمسائل المرتبطة بها ٠

وقد نستطيع دون اللجوء الى تلخيص ما سبق ذكره من مناقشات أن نوضح بعضا من الأفكار الرئيسية :

١ —يستوعب الشخص توجيهه السياسى الأول فى بداية حياته وادراكه من العائلة نفسها ٠ وقبل أن يستطيع معرفة أى شىء عن السياسة يعمل على تمييز وربط اتجاهه باتجاه حزب معين ثم يعمل بعد ذلك على ارساء بعض القواعد الأساسية التى يستطيع عن طريقها الدخول فى مناقشات وجدل ، ويمتلىء شعوره بعد ذلك بمشاعر معينة تجاه « الرجل العامل » و « الأمم الأجنبية » و « الحياة السياسية » فى المجتمع ٠

٢ — أصبح ظهور وبروز عضوية المجموعة ووضوح كيانها عاملا أساسيا فى تشكيل اتجاهات الفرد فى حياته بعد ذلك لأنها توجه هذا الفرد فى تفكيره بشأن الآخرين ، ولأنها تعتبر مرجعا ومصدرا يمكن الرجوع اليه لتعلم ما يجب أن يؤمن به والمبررات التى يجب أن يعتمد عليها ٠ ويتخذ هذا الاتجاه طريقين أو عمليتين : عضوية المجموعة والمرجع الذى يقدم لنا طرق وقنوات الاتصال (الموضوعى) والوضوح والتمييز (الشخصى) ٠

٣ — يتميز رأى الناس ويتضح برأى الأفراد والقادة والمجموعات المميزة : اذ أن أمثال هؤلاء الزعماء والقادة يعملون كأداة رئيسية لتغيير الرأى ، ولكنهم يفعلون ذلك عادة عن طريق ما يقولونه ٠ لذلك فان فعاليتهم — كما سبق أن ذكرنا فى مناقشتنا الخاصة بدرجة الارتباط والتماسك — ترتكز على من هم وماذا يكونون ، وعلى مدى تجاوب الناس معهم كشعب ، وهم غالبا ما يكونون أفرادا يتمتعون بتاريخ سياسى ٠ أما المشاعر الشخصية المتبادلة فتشكل درجة قبول مناقشة الأفكار المتبادلة بطريقة معينة ٠

٤ — لا يتلقى العامة المعلومات المناسـبة المتعلقة بالموضوعات الجارية ، ولكن هذا الأمر لا يعوق تقدمهم كثيرا بالقدر الذى يعوق به المستوى الضعيف من التفكير ، واتجاهات الرأى التى تعالج عادة الشئون والأمور العامة ٠ فاذا لم يكن هناك اطار محدد للأفكار والمبادىء السليمة ، فان أى قدر من المعلومات المدنية لن يفيد فى مثل هذا المجال ٠ ولكن من الصعب الوصول الى حكم عادل دون معرفة سليمة لما يدور فى حقيقة الأمر ، لذلك فان تلقين طلاب المدارس والجامعات

المعلومات المدنية والمعرفة التاريخية دون تعليمهم كيف يفكرون وكيف يحللون المشكلات الاجتماعية ، سيؤدى الى كارثة فى النظام التعليمى وفى فرص التفكير الحـــر ·

٥ ــ تتضمن مشــكلة التغير السياسى مسألة أى نوع من التفكير المنطقى هو الذى يحتاج اليه الانسان والمجتمع· وقد ناقشنا من قبل بالاضافة الى الأفكار العادية ، الأفكار الخاصة بالاستنتاجات والاشارات المنطقية ، غير أننا يجب أن ندرك أن الانسان السياسى المنطقى هو الانسان الذى لا يعيش فى حرب مع نفسه ، وهو الانسان الذى يدرك مدى احتياجاته وقيمه ، ويستطيع أن يقرر ويحدد موقفه من المشكلات الموضوعية على أساس من المعلومات الذاتية · ويجب أن يكون الانسان المنطقى قادرا على ابعاد رغباته عن التأثير على أفكاره ونظراته ، وأن يتحمل آلام المعرفة التى لا تتفق معه · وهذا هو النطاق الذى يصبح على أساسه الانسان منطقيا مع نفسه ومع غيره ·

٦ ــ سبق أن ذكرنا أن الاهتمام والاعتناء بآراء الآخرين والاحساس بما يفكرون أو يعتقدون ، يعتبر شيئا ايجابيا يساعد على تحقيق الديمقراطية وعلى تطوير وتنمية الاقتصاد · وبالرغم من أن التماسـك والتناسق كفكرة جامدة لا تمثل أى اتجاه عملى حقيقى ، فان التماسك الاختيارى قد يكون مفيدا ، كما أن القدرة على التماسك والتنسيق تعتبر ضرورية · وان الرغبة فى الاحتفاظ بالولاء للمجموعة تعتبر أمرا قيما · وزيادة على ذلك فان التوجيه أو الاتجاه الآخر اذا أدمج أو اختلط مع روح الالتزام أمام النفس ، يحمل درجة خاصة من الأهميه والقيمة فى النظام الديمقراطى ·

٧ ــ ولكى يمكن كسر حدة وشوكة عنف المجتمع التقليدى والتخلص من المشاعر الدينية المتعصبة أو القومية المتطرفة ، فان الاتجاه الاصلاحى يجب أن يشق طريقه بهدوء أو بعنف اذا تطلب الأمر ذلك ، ولكننا نجد فى المجتمع الحديث المرن أن مثل هذا النوع من التعصب القائم على نطاق واسع لا مكان له الآن فى ظل مثل هذا النوع من المجتمع · وكل ما هو مطلوب بدلا من ذلك هو وجود طراز سياسى معين يتركز حول المواطن المعنى بالأمر أو الشديد الاهتمام ، أى ذلك المواطن ذو الاهتمامات والمصالح والقيم المتعددة الذى يهتم ويعتنى ويشارك فى نطاق الحدود الموضوعة · وقد استطاعت بعض الأمم خلق وتطوير مثل هــذه الأساليب المتبناه لأنها استطاعت أن تمر بمرحلة الأزمات التاريخية « القاسية » ولأن التشققات الاجتماعية قد توزعت بعيدا وأخذت تتلاشى بالتدريج ، ولاختفاء بعض المشكلات الاجتماعية العميقة وظهور غيرها ولأن الحياة الاقتصادية والنظام الاجتماعى المتطور قد قلل من حدة الخوف فى الحياة ، ولأن سلطات الحكومة قد

انكمشت ولأن تربية ونشأة الأطفال قد شقت طريقا جديدا يبعدهم عن مرحلة العصيان السياسى • وزيادة على ذلك يبدو أنه أصبح من النادر أن يتطور النظام السياسى الى نظام يقوم على أساس الارهاب والتخويف وخلق مواقف تضغط فيها الأقلية بالقوة ، ولا تهتم فيها بالغالبية الضعيفة •

ولا شـك أن الصورة أصبحت مختلطة ، ولكننا لا نشـارك هؤلاء الذين يعيشون فى يأس بسبب الحياة التى يعيشها الانسان الحالى ، والذين يرونها حياة لا أمل فيها ، غريبة على المجتمع ونظام الحكم ، ولا تتمشى مع المنطق والمصالح البعيدة المدى • وهناك غالبية من الناس ممن تمتلك موهبة التفكير السليم فى المجال السياسى ، ولكن ينقصها المعلومات والبيانات الصحيحة التى يمكن أن تقودها الى مصادر تكوين الرأى الصحيح واتخاذ القرارات السياسية •

وهناك كثيرون ممن يدركون ويفهمون المشكلات فى أول الأمر ثم يكتشفون أسباب هذا الادراك وهذه المشاركة الايجابية • ولكن هذه المشـاركة تتطور بالتدريج بصفة عامة بعيدا عن الحياة العائلية التى تربطهم بالمجتمع التقليدى ، وتصبح نوعا من الاهتمام المعتدل والاعتناء المتواضع بالشئون العامة دون مخاطرة بالارتباط أو الالتزام الشامل •

الفصل السادس

الرأى العام

أولا - تعريف الرأى العام :

من الصعب تعريف الرأى العام تعريفا جامعا مانعا كما يقول أصحاب علم المنطق · ويرجع ذلك الى غموضه ، واحتمال وجود تعريفات كثيرة له ·

ومن أهم التعريفات التى ظهرت لمعنى الرأى العام :

١ - « انه ميول الناس نحو قضية ما ، لو كان هؤلاء الناس من فئة اجتماعية واحدة Social Group » وهذا هو رأى العلامة « دووب » Doob . ولكن كلمة ميول لها أكثر من معنى ، كما أن الرأى العام ليس مجموع الآراء الفردية ولكنه نتيجة النقاش بين الأفراد ، حيث أننا نرى فى كثير من الأحيان أن الآراء تسود ، ثم تصل الجماعة الى رأى أخير كان فى أول الأمر رأيا فرديا ثم عدل واستقر عليه رأى الجماعة مع أنه كان رأيا فرديا ·

٢ - ويقول العلامة « دووب » أيضا : « ان الرأى العام هو حاصل ضرب الآراء الفردية فى بعضها ، وليس حاصل جمعها » (١) ·

وهذا تعريف حسابى فيه ذكاء ، وليس فيه وضوح ·

٣ - ويرى العلامة فلويد ألبورت(٢) Floyed Allport « ان الرأى العام ، تعبير جمع كبير من الأفراد عن آرائهم فى موقف معين يهم غالبية لها تأثير فى الموقف »

---

(١) E. S. Bogardus — The Making of Public Opinion P. 5.

(٢) Norman J. Powell — Anatomy of Public Opinion p. 2

وهذا التعريف يختلف عن رأى « دووب » الذى يلتفت الى ميول الناس بينما « البورت » يتحدث عن التعبير العملى لميول الناس سواء كان هذا التعبير رأيا أو سلوكا صريحا واضحا ٠

ونحن نرى من وجهة نظرنا ان « الرأى العام هو الحكم الذى تصل اليه الجماعة فى قضية ما ذات اعتبار ما » ٠

ويشترط لتحقيق ذلك شروط من أهمها :

١ ـ أن تكون هناك مناقشات وافية حول القضية المطروحة ٠

٢ ـ أن تكون القضية مثارة بكل حقائقها ، عن طريق القادة أو أجهزة الاعلام والدعاية ، أو عن طريق الجماعات والهيئات العامة ٠

٣ ـ أن يكون الاتجاه الذى تتخذه الجماعة فى هـذه القضية متفقا تماما مع المعتقدات العامة للناس مثل العقيدة الدينية أو الوطنية أو القومية أو غيرها من العقائد التى يعتنقها الشعب ٠

ثانيا ـ وظيفة الرأى العام :

هناك وظائف هامة للرأى العام فى بناء المجتمعات وتسييرها ، وقيادتها ٠ وأهم هذه الوظائف هى :

١ ـ سن القوانين والغاؤها :

من الشروط الأساسية لنجاح القوانين ، أن يكون ممثلو الرأى العام فى البرلمان ممثلين له فعلا نتيجة لانتخاب حر ، حتى يكون تشريع القوانين والغاؤها نابعا عن رغبة الرأى العام الممثل فى نوابه أمام المجالس الشعبية ٠

كما يشترط أن يمهد لهذه القوانين عن طريق أجهزة الاعلام والدعاية ، حتى يتبين الرأى العام ما هو صالح من القوانين التى تصدر من أجله ، وتطبق عليه ٠

وأحيانا تصدر قوانين وتوافق عليها البرلمانات قبل التمهيد لها عند الرأى العام ، وهى وسيلة خاطئة لا تؤدى الى النتائج المطلوبة ، وقد حدث أن صدر قانون منع الخمور فى أمريكا ، قبل أن يعرف الرأى العام أضرار الخمور وفوائد القانون الذى صدر لمصلحة الشعب الأمريكى ٠ وقال الرئيس الأمريكى «ولسن» حينذاك :

« انها وسيلة خاطئة لعمل شيء حسن »

والرأى العام أقوى من القوانين بل انه يستطيع أن يلغى البرلمان نفسه اذا انحرف هذا البرلمان ٠

كما أن الرأى العام عاطفى ، بينما القانون صارم وتحكمه مواد صريحة ٠

لذلك فان التمهيد عند الرأى العام قبل اصدار القوانين أمر هام وضرورى لنجاح هذه القوانين ٠ ولا يكفى أن توافق البرلمانات عليها فى غيبة الرأى العام ، أو مباغتته بصدورها على غير توقع ٠

ولو عقدنا مقارنة بما حدث من تحريم الخمر فى الاسلام وما حدث من صدور قانون أمريكى حديث يمنعها لأدركنا هذه الناحية الهامة فى اتجاهات الرأى العام، فقد بدأت آيات تحريم الخمر فى القرآن الكريم بالتمهيد عن طريق منع شرب الخمر قبل الصلاة فى قوله تعالى (لا تقربوا الصلاة وأنتم سكارى) وانتهت الى التحريم المقترن ببيان الاضرار فى قوله تعالى « انما الخمر والميسر والأنصاب والأزلام رجس من عمل الشيطان فاجتنبوه لعلكم تفلحون » ٠

وكان هذا التمهيد مع بيان الاضرار هو الوسيلة الاعلامية للاقناع قبل صدور قرار التحريم ٠

٢ ــ مساندة الهيئات الاجتماعية والسياسية والقادة والمفكرين :

يقوم الرأى العام بدور أساسى فى مساندة الأفكار الاجتماعية والسياسية وغيرها ، بل ان تأييد الرأى العام هو العنصر الأساسى لنجاح أية فكرة تدعو اليها هيئة من الهيئات أو يدعو اليها القادة والمفكرون ٠

وقد تظهر فكرة سابقة لأوانها يدعو اليها مفكر من المفكرين ، فيقف ضدها الرأى العام ، ويقاومها ، ثم لا يلبث أن يتغير الاتجاه بعد سنوات ، ويعتنق الرأى العام هذه الفكرة ويؤيدها ٠

مثال ذلك ما حدث عندما دعا قاسم أمين الى تحرير المرأة ، فعارضه الرأى العام ، وبعد سنوات وفى خلال ثورة ١٩١٩ تحققت الفكرة عندما اشتركت المرأة فى الحركات السياسية ، بل ان سعد زغلول رفع النقاب بيده عن وجه سيدة فى

اجتماع سياسى ، فاضطرت الأخريات الى رفع الحجاب ، وتم ما أراده قاسم أمين قبل ذلك بسنوات ، شكلا وموضوعا ٠

٣ ـ رعاية المثل الاجتماعية والخلقية :

هناك عوامل أساسية تصنع المثل الاجتماعية والخلقية من أهمها : القوة التى تصنع الحق ، والعادات التى تحكم سير المجتمع ، والعقل الذى يتحكم فى العواطف ويمنعها من الجموح والانحراف ، والرأى العام الذى يعتبر سند الأخلاق .

ومن الواضح أن الرأى العام كعامل أساسى فى رعاية القيم الاخلاقية بما يملك من سيطرة فوق القوة والعادات والعقل ، انما يؤدى دورا خطيرا وهاما ومستمرا فى صيانة المثل العليا للمجتمعات ٠

واذا فقد الرأى العام سيطرته الاخلاقية يحدث دائما التفكك والانهيار ٠ وقد أكد التاريخ أن سقوط الامبراطوريات العظيمة وزوالها كان يرجع فى الأصل الى فقدان سيطرة الرأى العام على مظاهر القوة والعادات والعقل فى هذه المجتمعات ٠

٤ ـ رفع الروح المعنوية :

من أهم وظائف الرأى العام رفع الروح المعنوية عند الجماهير التى تكونه لأن سيطرة الرأى العام على المجتمع تؤدى بالضرورة الى البعد عن التفرقة بين أبناء الوطن الواحد وتزيل الفوارق بينهم وتحقق الوحدة بين مشاعرهم ٠

وكلما قويت سلطة الرأى العام ازداد تأمين مصالح الشعب وثوقا ، واذا ضعفت سلطة الرأى العام تعرضت مصالح الشعب للأخطار ٠

ان سلطة الرأى العام تبث روح التعاون بين أبناء الوطن الواحد ، وتحدث التقارب بين فئات الشعب فتوحد اتجاهاتها ، وتسيطر على مبدأ أساسى فى حياة الشعوب ، وهو الاتفاق على الأهداف ٠ وهذا الاتفاق يؤدى حتما الى نجاح الشعوب فى بلوغ غايتها ، وتحقيق أمانيها ٠

ثالثا ـ أنواع الرأى العام :

هناك أنواع كثيرة من الرأى العام من أهمها :

١ ـ رأى عام باطنى Internal Public Opinion : هو أن يكون الشعب غير راض عن شىء ولا يستطيع التصريح أو المناداة بهذا الرأى ٠

٢ ــ رأى عام صريح أو ظاهر External Public Opinion : هــو أن يكون الشعب قد استطاع بوسائل الاعلام المختلفة أن يعبر عن رأيه فى موضوع معين •

٣ ــ رأى عام فعلى أو واقعى Actual Public Opinion : هو أن يكون الشعب قد قام بعمل فعلى ضد الحكومة القائمة ، وذلك بثورة شعبية أو انقلاب عسكرى •

٤ ــ رأى عــام ساكن أو كامن Latent Public Opinion : هــو أن يقف الشعب من قضية ما موقف اللامبالاة أى موقفا سلبيا أو لم يتخذ منهــا موقفا أو اذا كانت ميول أفراد الشعب مختلفة بالنسبة لقضية ما ولم يتخذ الشعب بذلك موقفا معينا نحو هذه القضية •

٥ ــ رأى عام مؤقت :

(أ) وهو أن يكون الشعب قد تقارب أفراده بالنسبة لحادث عارض مثل زلزال أو كارثة •• أو فى فترة الخطر •• فيتكون رأى عام نتيجة التعاطف Sympathy أو الشعور بالخطر •• ولــكن حينمــا ينتهى الخطر وتزول آثاره ينتهى التقارب بين الرأى العام •

(ب) كذلك قد تعمل وسائل الاتصال بالجماهير على تكوين رأى عام مؤقت بالنسبة لقضية ما •

(جـ) كذلك قد تعمل الخطب السياسية على تكوين رأى عام مؤقت •

(د) قد تعمل الأحزاب السياسية والجماعات والهيئات على تكوين رأى عام مؤقت بالنسبة لأهداف محددة أو برامج مؤقتة ــ فاذا انتهت هذه الأهداف أو فى حالة حل هذه الأحزاب أو الجماعات ينتهى الرأى العام المؤقت نتيجة لانتهاء الأصل •

٦ ــ الرأى العام الكلى : يتكون من كل أفراد الشعب وأساسه دعائم الشعب من ناحية الدين أو الحضارة أو التاريخ ــ وهو رأى عام مستقر على مرور الزمن •

٧ ــ الرأى العام اليومى : وهو الآراء اليومية التى تبديها الجماعة نتيجة لفكرة فى الصحف وخصوصــا الصحف الاخبارية التى تتبع أســلوب الاثارة

أو نتيجة عمل من الحكومة أو حادث طارىء ـ وهذا الرأى متقلب حسب الآراء المختلفة .

رابعا ـ تكوين الرأى العام :

يتكون الرأى العام نتيجة لعناصر كثيرة هى فى الأصل مقومات تكوين الرأى الفردى : والانسان الفرد يتكون رأيه بعد انصهار العناصر التى تصنع أفكاره وعواطفه ، وقد وصل علماء الاعلام الى أن هذا الرأى يتكون كما يلى :

١ ـ نتيجة النشأة والبيئة .

٢ ـ نوعية الطبقة الاجتماعية التى ينتمى اليها الفرد .

٣ ـ نوعية الثقافة .

٤ ـ تأثير وسائل الاتصال .

٥ ـ أهمية تأثير الدين والتقاليد الموروثة .

٦ ـ أهمية المدرسة والبيت .

٧ ـ أهمية التجارب الانسانية الماضية .

٨ ـ الظروف التى يعيشها ويفكر فيها للمستقبل .

ومع تركيب الرأى أو تكوينه على هذه الصورة فان هناك تقسيما نوعيا آخر نلخصه فيما يلى :

١ ـ الرأى الشخصى Personal Opinion : يكونه الفرد ويعلن عنه صراحة .

٢ ـ الرأى الخاص Private Opinion : يكونه الفرد ولا يعلن عنه ـ ولكنه قد يعطيه سرا فى الانتخابات أو يعبر عنه لأخلص أصدقائه .

٣ ـ رأى الغالبية Majority Opinion : ما يزيد على نصف الجماعة .

٤ ـ رأى الأقلية Minority Opinion : ما يقل عن نصف الجماعة .

٥ ـ الرأى الائتلافى Coalition Opinion : رأى عدد من الأقليات مختلفة الآراء وكلها انضمت مع بعضها من أجل الاتفاق على هدف معين وفى ظرف معين .

٦ ـ الرأى الساحق Consensus Opinion : أكثرية الجماعة التى اتفقت على رأى.

٧ ـ رأى الاجماع أو الرأى الجامع General Opinion :

(أ) وفيه تتحد كل الآراء الفردية والجماعية والرأى العام نفسه .

(ب) وتظهر فيه عقيدة عامة يقف الجميع خلفها مثل الدين أو الشيوعية أو الرأسمالية فى بعض البلاد .

(ج) لا يناقش ولا يسـأل .. ولـكنه المجـال الذى تجرى فيـه معـظم المناقشات .

(د) لا يستطيع أحد تغييره لأنه نتيجة عوامل تاريخية ودينية مختلفة .

٨ - رأى عام قائد : - يتكون من قادة الرأى سواء أكانوا ساسة أو كتابا أو علماء - وهم فئة لا تتأثر بوسائل الاعلام ولكن هى التى تؤثر فى هـذه الوسائل .

٩ - رأى عام مثقف : - يتكون من المتعلمين وهم يتأثرون بوسائل الاعلام ولكن قد يؤثرون فى وسائل الاعلام .

١٠ - رأى عام منساق : - يتكون من الغالبية الأمية من الشعب ، وهم يؤمنون بكل ما يجىء فى وسائل الاعلام ويأخذونه كقضية مسلمة .

خامسا - خصائص الرأى العام :

من الصعب تعميم خصائص الرأى العام ولكن العلامة كانتريل Cantril وضع قوانين شاملة للرأى العام هى :

١ - الرأى العام الساكن أو الكامن .. يتحول الى رأى عام صريح .. فى حالة ظهور قضية هامة بعد حدوث قلق أو تصادم أو هزيمة أو خيبة أمل .

٢ - الرأى العام الباطنى .. يتحول الى رأى عام ظاهرى أو خارجى .. أى يفصح عن نفسه فى حالة كون القضية أصبحت لها قوة كبيرة وان النتائج من التحويل ستكون ايجابية ناجحة .. مثل حالة الثورات .

٣ - يقوى الرأى العام .. ولا يسهل خداعه .. لو كان متعلما وعالما بكل أطراف الموضوع .

٤ - يشتد الرأى العام حساسية .. بالنسبة للحوادث الهامة .

٥ - قد يكون هناك رأى عام لقضية ما .. ولكن لا يعرف الرأى العام كيف يصل لحلها .

٦ ــ ينمو الرأى العام ٠٠ اذا كسب رأى الغالبية ٠

٧ ــ قد يكون الرأى العام مائعا ٠٠ ليقلل من خيبة الأمل أو التصادم أو القلق أو الثورة ٠

* * *

أما نواحى الضعف فى الرأى العام فيمكن تلخيصها فيما يلى :

١ ــ يصاب الرأى العام باللامبالاة ٠٠ فى حالة عدم اهتمام الناس بالشئون العامة ٠

٢ ــ يصاب الرأى العام بحالة من الاثارة ٠٠ فى حالة اذكاء الروح العسكرية والتبشير بالنصر ٠

٣ ــ يهدأ الرأى العام فى حالة حدوث تغييرات سطحية فى العادات أو التقاليد ٠

٤ ــ يضعف الرأى العام من ناحية الأخلاق اذا لم تحافظ الجماعات على الأخلاق ٠

٥ ــ يضعف الرأى العام نحو قضية ما ٠٠ اذا قلت الاهتمامات الشخصية أو اهتمامات الجماعة ٠

٦ ــ يضعف الرأى العام العالمى فى حالة تباعد الأخلاق العامة للشعوب ٠

٧ ــ يتحول الرأى العام بقوة نتيجة الكوارث العامة أكثر من أى عامل آخر ٠

٨ ــ يتحول الرأى العام بقوة مؤيدا أو معارضا ٠٠ نتيجة نجاح وثقة الشعب فى الزعيم ٠

أسئلة هامة لرجل الاعلام

يجب على رجل الاعلام معرفة الأسئلة المختلفة التى ينبغى توجيهها الى أى شخص حتى يكون سؤاله ذكيا وواضحا ٠٠ ومفهوما للسائل وحتى يصل رجل الاعلام الى هدفه بسرعة ٠

وأنواع الأسئلة هى :

« الســــــؤال »

١ ـ بقصد الاستهلال ٠
٢ ـ بقصد التهيئة ٠
٣ ـ بقصد التمهيد ٠
٤ ـ بقصد الاستطلاع ٠
٥ ـ بقصد التذكير ٠
٦ ـ بقصد الايحاء ٠
٧ ـ بقصد التوجيه ٠
٨ ـ بقصد التطمين ٠
٩ ـ بقصد التهدئة ٠
١٠ ـ بقصد التحدى ٠
١١ ـ بقصد الاستثارة ٠
١٢ ـ بقصد التعظيم ٠
١٣ ـ بقصد التحقير ٠
١٤ ـ بقصد النفى ٠
١٥ ـ بقصد التوكيد ٠
١٦ ـ بقصد الارباك ٠
١٧ ـ بقصد الاحراج ٠
١٨ ـ بقصد التشويق ٠
١٩ ـ بقصد التنفير ٠
٢٠ ـ بقصد اللوم ٠
٢١ ـ بقصد الوفاء بالجميل ٠
٢٢ ـ بقصد الاستدلال ٠
٢٣ ـ بقصد المقاطعة ٠
٢٤ ـ بقصد الاسترسال ٠
٢٥ ـ بقصد التمنى ٠
٢٦ ـ بقصد الاحباط ٠
٢٧ ـ بقصد التعقيد ٠
٢٨ ـ بقصد التبسيط ٠
٢٩ ـ بقصد التعجيز ٠
٣٠ ـ بقصد التبليغ ٠
٣١ ـ بقصد التشجيع ٠
٣٢ ـ بقصد التثبيط ٠
٣٣ ـ بقصد تحريك الذهن ٠
٣٤ ـ بقصد تحريك العاطفة ٠
٣٥ ـ بقصد التحييد ٠
٣٦ ـ بقصد التفريغ ٠
٣٧ ـ بقصد التمويه ٠
٣٨ ـ بقصد الكشف ٠
٣٩ ـ بقصد التركيز ٠
٤٠ ـ بقصد التشتيت ٠
٤١ ـ بقصد المجادلة ٠
٤٢ ـ بقصد المباغتة ٠
٤٣ ـ بقصد الملاحقة ٠
٤٤ ـ بقصد الالحاح ٠

« الســـــؤال »

٤٥ ـ بقصد الممانعة ·
٤٦ ـ بقصد الاستيفاء ·
٤٧ ـ بقصد التهديد ·
٤٨ ـ بقضد التنفيس ·
٤٩ ـ بقصد التراجع ·
٥٠ ـ بقصد التكيف ·
٥١ ـ بقصد التشفى ·
٥٢ ـ بقصد تضييع الوقت ·
٥٣ ـ بقصد انهاء الحديث ·
٥٤ ـ بقصد قياس العقل ·
٥٥ ـ بقصد قياس العاطفة ·
٥٦ ـ بقصد قياس الأعصاب ·
٥٧ ـ بقصد قياس الغرائز ·
٥٨ ـ بقصد اثارة الذكريات ·
٥٩ ـ بقصد قياس الذاكرة ·
٦٠ ـ بقصد الترفيه ·
٦١ ـ بقصد التلاعب ·
٦٢ ـ بقصد التنبيه ·
٦٣ ـ بقصد الحفز ·
٦٤ ـ بقصد فرض الذات ·

أنواع وتقسيمات الرأى العام

بالنسبة لمشكلة ما

اذا أردنا أن نبحث أنواع وتقسيمات الرأى العام فى أى مجتمع من المجتمعات وجب علينا أن نضع مشكلة من المشاكل أمامنا ثم نبحث الرأى العـام وأنواعه وتقسيماته فى مواجهة هذه المشكلة ·

فمثـلا : لو بحثنا أزمة الشرق الأوسط فى عام ١٩٧١ فاننا نجد أحـد تقسيمات الرأى العام العالمى بالنسبة لها : اما رأى عام منحاز ضد العرب أو رأى عام محايد أو رأى عام مؤيد للعرب ·· أو رأى عام مؤيد لاتجاه معين مثل تحقيق السلام فى المنطقة · ومن هنا فاننا نقسم الدراسة كما يلى :

١ ـ رأى عام منحاز ·
٢ ـ رأى عام محايد ·
٣ ـ رأى عام مؤيد ·
٤ ـ رأى عام مؤيد لاتجاه ·

واذا بحثنا أيضا بالتفصيل أنواع وتقسيمات الرأى العام ·· نحو مشكلة الشرق الأوسـط مثلا ، فاننا نجد أنه اذا سئل مسـئول بريطانى ، فان هذا

المسـئول يعلن رأيه فى التليفزيون مثـلا ويسـمى هذا الرأى رأيا شـخصيا Personal Opinion • لأن هذا الرأى يتكون لدى الشخص بعد اسـتماعه لآراء كثيرة••فيعلن رأيه على شاشة التليفزيون • وقد يكون لهذا المسئول رأى خاص Private Opinion قد يحتفظ به لنفسه ـ وهو يخالف فى كثير من الأحيان رأيه الشخصى الذى أعلنه بالنسبة للمشكلة ـ ومن هنا نجد أن كثيرا من التصويت السرى يختلف تماما عما يظهر أمام الناس جهارا••ولذلك نلاحظ أن معاهد بحوث الرأى العام تبدى فى كثير من الأحيان نتائج مختلفة تماما عن الآراء التى تبدو أنها ستظهر فى النتائج •

أى أن هناك رأيا شخصيا ، ورأيا خاصا ••

كذلك اذا عرضت مشكلة الشرق الأوسط فى الجمعية العامة للأمم المتحدة •• فقد نجد رأى الغالبية مع العرب وهنا نجد حسب الميثاق أن رأى الغالبية هو نصف الأصوات زائدا صوتا واحدا •

ونجد فى مواجهة رأى الأغلبية •• الرأى الممتنع ورأى الأقلية الذى هو رد فعل لرأى الغالبيـة الراديكالى أو الاثنين معـا ، وأحيانا نجد أنه اذا زادت الأصوات المؤيدة عن الغالبية فاننا نرى رأيا عاما جامعا وهو مثلا الرأى العـام الجامع فى دولة بالنسبة لدينها •

وقد نرى مثلا أن تتفق الأحزاب فى دولة من الدول على موضوع معين بالرغم من اختلاف الأهداف وبذلك يسمى هذا الرأى •• بالرأى الائتلافى Coalition Opinion وهو من أجل الائتلاف بالنسبة لموضوع معين •

وهناك تقسيمات خاصة بالمجتمع بالنسبة للرأى العام فيسمى رأى عام ساحق أو رضى عام Consensus Opinion وهو أكثر من رأى الأغلبية وقريب من الاجماع •

وهناك تقسيمات أخرى للرأى العام مثلا من ناحية فئات الشعب ••

فالمفكرون وصفوة الشعب مثلا يطلق عليهم « رأى عام نابه » •• أما الساسة الذين يقررون السياسة فقد يطلق عليهم « رأى عام قائد » •• وقد يكون الرأى العام النابه هو القائد ••

ونجد فئات المتعلمين يطلق عليهم « رأى عام مثقف أو قارىء » •

ونجد فى كثير من الأحيان أفراد الشعب الذين يتكون منهم روح القطيع ويطلق عليهم « رأى عام منساق » .. أو « منقاد » .. ويمثلون الأكثرية العظمى من الشعب .

ونجد فى مشكلة الشرق الأوسط مثلا أنه من الصعب على العرب أن يؤثروا - فى دولة كبريطانيا مثلا - فى الرأى العام المنساق أو المنقاد لأن هؤلاء يخضعون لأجهزة الاعلام الصهيونية المنتشرة فى كل أنحاء بريطانيا .. ولكن يمكن لأجهزة الاعلام العربية أن تؤثر فى عدد محدود من الذين يصنعون القرارات وهؤلاء يطلق عليهم الرأى العام النابه أو القائد - لأن هؤلاء يقودون الشعب من النـــواحى السياسية أو الاعلامية أو الثقافية أو الاجتماعية أو الاقتصادية .

ولذلك يلجأ العرب فى كثير من الأحيان الى انفاق مبالغ ضخمة للتأثير على الرأى العام البريطانى مثلا فى شرح قضية الشرق الأوسط .. بأن يتجهوا الى الرأى العام المنساق أو المنقاد بدلا من الاتجاه الى الرأى العام القائد أو النابه الذى يمكن التأثير عليه بأقل التكاليف .

وهكذا يفقد العرب الكثير من المال ولا يأتى هذا بالنتيجة المرجوة ... وهنا يصدق القول المشهور : انه « الوسيلة الخطأ من أجل الوصول الى الهـدف الصحيح » .

الفصل التاسع

الدعاية ... تعريفها وماهيتها

أصبحت كلمة « دعاية » من الكلمات المتداولة بين الناس فى عصرنا ، وقد اتسع مفهومها أكثر عن المفهوم العربى القديم الذى بدأ فى الواقع العملى بعد ظهور وظيفة « داعى الدعاة » عندما قام حكم الفاطميين فى مصر . فقد كان لصاحب هذه الوظيفة اختصاصات سياسية ودينية تتلخص فى الترويج لنظام الحكم الذى أرسى دعائمه المعز لدين الله الفاطمى وجعل شعاره السيف والذهب حين سئل عن حسبه ونسبه ، فرفع سيفه ، ولوح به لسائليه قائلا :

هذا حسبى .

ثم نثر على رؤوسهم الذهب وقال :

هذا نسبى .

ولست أريد العودة الى معنى الدعوة والدعاة والدعاية فى الثقافة العربية ، فهذا بحث تاريخى تناوله كثيرون من الباحثين . ولكننى أقف عند المفهوم الحديث للدعاية أو « البروباجندة » وهى كلمة انجليزية مشتقة من الفعل Propagate ومعناه التنشئة والتنمية ، ومفهومه نشر الآراء والعادات ونقلها من شخص الى آخر ومن جيل الى جيل .

وقد كان لكلمة « دعاية » مفاهيم كثيرة منذ زمن بعيد ، ويرجع علماء اللغة فى الدراسات اللاتينية أن البابا جريجورى هو أول من استخدمها عندما أسس « جمعية الدعاية المقدسة » عام ١٦٢٢ للقيام بالتبشير فيما وراء البحار .

وهذا المفهوم لا يختلف كثيرا عن المفهوم الذى استحدثه المعز لدين الله الفاطمى فى مصر (٩٦٩ ــ ٩٧٥ م) وسبق به البابا جريجورى بأكثر من ستمائة سنة .

وفى الواقع فعلى الرغم من هذه التفسيرات المحدودة بحدود الألفاظ فان النشاط الدعائى قديم قدم التاريخ ذاته .

وكان روبسبيير يجادل فى الجمعية الوطنية الفرنسية فى أثناء الثورة الفرنسية حول دور فرنسا فى الحرب من أجل تحرير العالم كله ، وطالب الجمعية بأن تساعد كل الأمم المستعدة للقتال فى سبيل تحررها ، كما طالب الحكومة بأن تسدى النصح لجنرالات فرنسا حتى يساعدوا كل المواطنين الذين يتعرضون للخطر بسبب قضية الحرية ٠

ونادى روبسبيير بمبدأ : « الحرب فى القصور والسلام فى الأكواخ » ٠ كنظرية أساسية للدعاية لمبادىء الثورة الفرنسية ٠

ولكن الدعاية كعمل منظم لم يكن لها تأثير حيوى فى مصير البشر قبل الحرب العالمية الأولى ، فقد تبين أن الحرب يمكن كسبها بالهجوم على العقول قبل الهجوم على الرجال ٠

وكان اختراع اللاسلكى بداية الهجوم على العقول ٠

ولقد وجد الألمان أنفسهم معزولين عن العالم فى بداية الحرب العالمية الأولى ، عندما تحكم الحلفاء فى جميع الأسلاك التلغرافية التى استخدمتها وكلالات أنبائهم وأجهزة دعايتهم ، واضطر الألمان الى استخدام الاتصال اللاسكى الذى اخترعه العالم الايطالى ماركونى ٠ وفى عام ١٩١٥ كان وكلاء الألمان وهواة اللاسلكى يتلقون نشرات اخبارية كل يوم من ألمانيا عن طريق هذا الاختراع الجديد ٠

ومنذ هذا التاريخ أصبح الاتصال اللاسلكى من أخطر وسائل الدعاية الدولية ٠

ويرجع الفضل فى نمو الدعاية الدولية كأداة من أدوات السياسة الخارجية فى زمن السلم الى قيام دولة الاتحاد السوفييتى ، فقد كان لينين بعد انتهاء الحرب العالمية الأولى يوجه كلامه الى مستمعين بلغات مختلفة وبدأت روسيا السوفييتية توجه اذاعات بالألمانية والانجليزية والبولندية وبلغات أجنبية أخرى من محطاتها القوية فى موسكو ٠

وعند نشوب الحرب العالمية الثانية عام ١٩٣٩ كان للاذاعة البريطانية برامج بست عشرة لغة موجهة الى امبراطوريتها والى العرب والى أمريكا اللاتينية ٠

أما الولايات المتحدة الأمريكية فقد كان موقفها ضعيفا فى ذلك الوقت من ناحية الدعاية الدولية ، ولم تستطع الدخول فى هذا المضمار لأن معظم محطات اذاعتها كانت محطات أهلية محلية لا تسرى موجاتها الى العالم الخارجى ٠

تعريف الدعاية

يمكننا تحديد التعاريف الخاصة بالدعاية داخل اطارين محددين هما :

١ ـ التعريف القانونى ٠

٢ ـ التعريف العام ٠

وقد تركنا عن عمد ما يمكن أن يسمى بالتعريف اللغوى بعد أن أشرنا فى مطلع هذا الفصل الى كلمة « دعاية » فى ايجاز شديد ٠ والسبب فى ذلك هو أن التفسيرات اللغوية لكلمة « دعاية » خلال عصور التاريخ أو فى ثنايا مختلف اللغات تؤدى الى توضيح مفهوم الدعاية(١) لا الى تعريف الدعاية ٠

وقد استقر رأى الباحثين فى العلوم الانسانية على تحديد التعريفين القانونى والعام فى الدعاية ، وتركوا التفسيرات اللغوية لعلماء اللغة مع الوقوف عند كلمة بروباجندة المشتقة من الفعل Propagate فى اللغة الانجليزية ، والتى ترجع الى الأصل اللاتينى Propagâtus وقد استخدمت اللغة الفرنسية الأصل اللاتينى للتعريف بالمجمع المقدس الذى أسسه البابا جريجورى للتبشير فيما وراء البحار ٠ ثم شاع استخدام الكلمة بكل مشتقاتها فى تعريف الدعاية فى اللغات اللاتينية ، وسرت منهـا الى اللغات الأخرى ، حتى أنها استخدمت فى اللغـة العربية فى مصر فى مطلع النهضة السياسية الحديثة قبل الرجوع الى الكلمة العربية « دعاية » فكانت كلمة « بروباجندة » تستخدم بمعنى الدعاية ٠

١ ـ التعريف القانونى :

يعتبر المرسوم الاسبانى الصادر فى ٢٣ من ديسمبر سنة ١٩٤٤ (المعدل فى ١٧ يوليو ١٩٤٦) نموذجا للتعريف العريض للدعاية ٠ وتنص المادة رقم ٢٥١ على ما يأتى :

« كل شخص يقوم بدعاية من أى نوع كان فى داخل أو خارج أسبانيا لأى غرض من الأغراض الآتية سيكون معرضا للحبس أو الغرامة » ٠

---

(١) ذكر الزمخشرى فى كتابه معانى كثيرة لكلمة (دعا) منها : ان النبى صلى الله عليه وسلم داعى الله ٠٠ وهم دعاة الحق او دعاة الباطل والضلالة ٠ واجيبوا داعية الخيل وهى صريخها ٠٠ وتداعوا فى الحرب : اعتزوا ٠

« يعتبر دعاية كل طباعة لأى نوع من الكتب أو النشرات أو الاعلانات توزع باليد أو الصحف أو أى نوع آخر من النشرات الطبوغرافية الأخرى وكذلك توزيعها أو حيازتها بقصد توزيعها أو الخطب أو الاذاعة اللاسلكية أو أى عمل آخر يساعد على النشر » ٠

وهناك تعريف ضيق للدعاية فى قانون تسجيل الوكالات الأجنبية فى الولايات المتحدة سنة ١٩٣٨ جاء فيه :

« يتضمن لفظ الدعاية السياسية أى اتصال بالسماع أو الرؤية أو الرسم أو الكتابة أو الصور أو أى اتصال أو تعبير آخر يقوم به أى شخص بالشروط الآتية :

١ — أن يكون مدبرا أو يعتنقه الشخص الذى ينشره أو يقصد أن ينشره أو يبشر به ، أو يغير أو يقنع أو يسعى الى أى تأثير من أى نوع كان على من يلقى عليه سواء كان شخصا أو قطاعا من الشعب فى داخل الولايات المتحدة أو يهدد المصالح السياسية أو العامة أو السياسات أو العلاقات المتبعة مع حكومة دولة أجنبية أو حزب سياسى أجنبى أو السياسات التى تتبعها حكومة الولايات المتحدة مع الدول الأجنبية أو ينشر روح الانقسام العنصرى أو الدينى أو الاجتماعى ٠

٢ — أن يناصر أو يؤيد أو يثير أو ينشر أى اضطراب عنصرى أو اجتماعى أو سياسى أو دينى أو عصيان مدنى أو اصطدام تستعمل فيه القوة أو العنف فى أى جمهورية أمريكية أخرى أو الاطاحة بأى حكومة أو هيئة سياسية بأى أساليب تنطوى على استعمال القوة والعنف ٠ ومن معانى كلمة « نشر » أن ينقل أو يتسبب فى نقل الرسائل فى الولايات المتحدة أو بأى وسيلة أخرى أو طريقة بين الولايات وبعضها البعض أو التجارة الخارجية » ٠

ويعتبر التعريف الاسبانى أوسع مدى لأنه يسوى بين الدعاية والنشر ٠ أما التعاريف السائدة فى الولايات المتحدة فتعتبر ضيقة بسبب تحديد بعض الأوصاف للكلمات تحديدا من شأنه أن يقصر اللفظ على أنواع معينة من النشاط ٠

وتعتبر هذه التعاريف القانونية للدعاية امتدادا لنصوص قوانين الصحافة والمطبوعات المتداولة فى أنحاء العالم ٠ فهذه القوانين فى مجموعها تقف طويلا

عند التعريف القانونى لمعنى كلمة (مطبوع) وكلمة (نشر) وغيرهما لتحدد مفهومها تحديدا دقيقا على طريقة رجال القانون فى صياغة المواد القانونية • والهدف من ذلك هو تحديد المسئولية فى أعمال الدعاية تجاه الدولة •

واذا كانت معظم دول العالم تسن قوانين للصحافة والنشر ، فان هذه القوانين لا تقف طويلا عند تعريف الدعاية • بل ان التعريف الاسبانى — رغم اتساع مداه — قد خلط بين الدعاية والنشر أى أنه خلط بين الفكرة والوسيلة • بينما وقف التعريف الأمريكى عند بعض أنواع الدعايات الضارة من وجهة النظر الأمريكية •

ومن الواضح أن التعاريف القانونية للدعاية انما هى نصائح لتلبية احتياجات معينة لبعض المجتمعات ، ولا يمكن أن تصل الى الشمول الواسع الذى يقصد اليه الفكر الانسانى •

٢ — التعريف العام :

لم يكن علماء اللغة والقانون فقط هم الذين حاولوا تعريف الدعاية ، بل حاول ذلك علماء الاجتماع والنفس والعلوم السياسية والصحفيون • فمن بين عشرات التعاريف التى تم بحثها نجد أنهم يتفقون على أن الدعاية هى : « فن التأثير والممارسة والسيطرة والالحاح والتغيير والترغيب أو الضمان لقبول وجهات النظر أو الآراء أو الأعمال أو السلوك » ويعرف الباحث نورمان جون باول الدعاية على أساس هذه العناصر فيقول : « الدعاية هى نشر الآراء ووجهات النظر التى تؤثر على الأفكار أو السلوك أو كلاهما معا » • وذهب باحثون آخرون الى أن الدعاية يجب أن تكون منسقة ومنظمة ومتعمدة أو مقصودة • ويقول العلامة لاسويل فى دائرة المعارف للعلوم الاجتماعية : ان الدعاية تتخذ شكل وسائل قد تكون صورا كلامية أو خطية أو تصويرية أو موسيقية ثم فسر ذلك فى كتابه « الدعاية والنشاط الدعائى » قائلا : « ليست القنابل ولا الحبر بل الكلمات والصور والأغانى والاستعراضات والحيل الأخرى المتعددة هى الوسائل النموذجية للدعاية » ثم عرف لاسويل الدعاية تعريفا موجزا فقال : « ان الدعاية هى الاحتيال عن طريق الرموز » وبعد ذلك تحدث كثيرون من العلماء عن الرموز كوسيلة ، وأضاف بعضهم « الايحاء » كأداة يمكن بمقتضاها نقل الدعاية • و « الايحاء » هو اللفظ الذى يستعمله العلامة دووب فى كتابه « الدعاية » وهناك من أطلق على الدعاية تعريفا آخر هو « فنون الاقناع » ويحدد بعضهم وسائل الدعاية على أنها « الكلمات وبديلاتها » •

وقد شرح العلامة دووب نظريته قائلا : « ليست الدعاية فى الحقيقة الا محاولة منسقة لفرد أو أفراد يهمهم الأمر للتحكم فى وجهات النظر لطوائف من الأفراد عن طريق استعمال الايحاء وبعد ذلك السيطرة على أعمالهم » ٠

وقد استمد البحاثة « جون هارجريف » هذه الأفكار وعرف الدعاية قائلا : « الدعاية هي العرض والاصرار على وجهة نظر معينة » ٠

أما علماء النفس الاجتماعى فانهم يعرفون الدعاية على أنها تتضمن شيئا خفيا أو خداعا ٠ ويقول تعريف العالم ف٠ ى٠ لاملى : « الدعاية هى الاحتيال بطريقة أو بأخرى من ناحية :

١ ـ أصل ومصدر الدعاية ٠

٢ ـ المصالح التى تنطوى عليها ٠

٣ ـ الوسائل المستخدمة فى الدعاية ٠

٤ ـ فحوى ما ينشر عن طريق الدعاية ٠

٥ ـ النتائج التى تتحكم فى المتأثرين بها بعد تحقيق أغراضها » ٠

أما الباحث هندرسون فانه يعرف الدعاية « كعملية تحاول عمدا عن طريق فنون الاقناع أن تضمن للداعية قبل أن يمارسها حرية التجاوب الذى يرجوه ناشرها » ٠

ورغم أن العلامة دووب من أكثر علماء العصر الحاضر بحثا وتمحيصا فانه وصل أخيرا الى تعريف جديد للدعاية ذكره فى كتابه : « الرأى العام والدعاية » فقال « ان الدعاية يمكن أن تسمى بمحاولة التأثير على الشخصيات والسيطرة على سلوك الأفراد لأغراض تعتبر غير عملية أو مشكوك فى قيمتها فى مجتمع ما ابان وقت معين » ٠

ماهية الدعاية

تنوعت وتباينت التعاريف المختلفة للدعاية ٠ ولكننا نستطيع أن نقول بوجه عام ان الدعاية هى فن اقناع الآخرين بأن يسلكوا فى حياتهم سلوكا معينا ما كانوا ليسلكوه بدونه ٠٠ ورغم أن هذا التعريف قد يكون بعيدا عن الدقة والشمول الا أنه ـ فى رأينا ـ أنسبها لأنه يتمشى مع المفهوم العام عند غالبية

الناس عن كلمة « الدعاية » وهو فى نفس الوقت يبرز أمرا أو أمرين يعتبران من أهم الخصائص المميزة للكلمة ٠ فهو أولا يبين أن الدعاية لا تقتصر على مجال بعينه فى الحياة ٠٠ فنحن كثيرا ما نربط فى أذهاننا بين الدعاية والسياسات الدولية ، ولكن ليست كل السياسات ذات طابع دولى ، ولا كل الدعايات ذات طابع سياسى ٠ فالى جانب الدعاية السياسية توجد دعاية دينية ودعاية اقتصادية ودعاية اجتماعية ٠٠ الخ ٠

والدعاية ـ كما أشرنا فى التعريف ـ اقناع بالسلوك المطلوب ٠٠ واستخدام كلمة « الاقناع » هنا تستبعد بطبيعة الحال أية محاولات للتأثير عن طريق القوة أو الجبر ، ومن ثم ، فان أى شخص يلجأ الى أية وسيلة من وسائل القوة كالتهديد أو التخويف أو الضغط الاجتماعى أو ما شابه ذلك لكى يدفع الناس الى اتيان ما يتعارض مع حقيقة ما يريدون ، هذا الشخص أو هذا الأسلوب ، لا يمكن أن يندرج بحال فى قائمة الدعاية ٠ فرجل البوليس السياسى مثلا الذى يؤثر فى المواطن بوسائل الارهاب لا يمكن أن يسمى برجل دعاية ٠

والدعاية تنقسم الى شقين رئيسيين : شق ايجابى ، وشق سلبى ٠٠ فالشق الايجابى هو أن يكون هدف رجل الدعاية احداث تغيير فى سلوك الموجه اليه ، وهو تغيير ما كان ليحدث لولا الحملة الدعائية ٠٠ أما الشق السلبى فهدفه الحيلولة دون وقوع تغيير ما متوقع الحدوث ما لم توجه هذه الحملة ٠٠ ومن أمثلة الدعاية السلبية ما نطلق عليه بالدعاية المضادة وتستخدم هذه التسمية عندما يكون التغيير المتوقع والمراد منع وقوعه هو نتيجة لدعاية ايجابية من مصادر أخرى ، مثلما يحدث فى الحروب عندما يحاول العدو اضعاف الروح المعنوية بتوجيه حملات دعاية ضخمة ٠ وفى مثل هذه الحالة تقوم حكومة الطرف الآخر بشن حملات دعائية مضادة لابطال مفعول الحملات المعادية والابقاء على ارتفاع الروح المعنوية ٠٠ ولا يعنى هذا بالضرورة أن تكون الدعاية السلبية مضادة بالمعنى الدقيق للكلمة ٠٠ فقد تكون من مهمة الدعاية السلبية محاربة التغييرات التى تظهر أو تهدد بالظهور فى سلوك الموجه اليه نتيجة مصادر لا صلة لها بالدعاية ، كمحاربة عادات أو « تقاليع » سيئة أو الابتعاد عن مكارم الأخلاق ٠

وتعتمد الدعاية الى حد كبير ـ فى سعيها لتحقيق السلوك المطلوب ـ على مخاطبة العاطفة ، سواء بطريق مباشر أو غير مباشر ٠٠ وهذا لا يعنى بالطبع اهمال الجانب العقلى ٠٠ فالى جانب العاطفة التى يشترك فيها الانسان مع الحيوان ، يتميز الانسان بالقدرة على الحوار العقلى ٠٠ وعلى هذا نستطيع أن نقول ـ من حيث المبدأ ـ انه من الممكن أن نؤثر على سلوكه بمخاطبة العقل ٠٠

بل ان الدعاية فى جزء كبير منها ، تحاول أن تستغل هذه الملكة فى الانسان للوصول الى هدفها ٠٠ ففى مجال الكلمة المسموعة والمقروءة ، لا بد أن يلعب العقل دوره ٠٠ ولكن رغم أن العقل يشكل عاملا هاما فى مجال الدعاية بكافة أنواعها ، فان دوره يأتى فى المرتبة الثانية بعد العواطف فى قوة التأثير ٠٠ والواقع أننا نستطيع أن نؤثر فى سلوك الناس بمخاطبة العقول وحدها ، ولكننا فى هذه الحالة لا يمكننا بحال أن نصف نشاطنا هذا بأنه نشاط دعائى ٠٠ فليس من الدعاية فى شىء أن نعلم الطفل جدول الضرب رغم أن معرفته به لا شك تؤثر بشكل قاطع فى تصرفاته المستقبلة فى جميع نواحى الحياة ٠٠ من هذا نستخلص أن الدعاية تعتمد الى حد كبير على مناشدة العواطف ٠٠ ومع ذلك لا نستطيع أن نضع فاصلا مانعا بين العقل والعاطفة ٠٠ فالجانبان متداخلان لا تفصل بينهما رقعة فاصلة ، فكل منهما يلقى بظلاله على الآخر ٠٠ ان الحيوان وحده هو الذى يمكن التأثير عليه عن طريق العاطفة وحدها ٠٠ والاستثناء الوحيد عن هذه القاعدة هى فى حالة الحروب حيث تلعب العاطفة مثل هذا الدور ٠ فنحن اذا أخذنا الدعاية التجارية مثلا ، نجد أنها لا تكتفى بمجرد استثارة المستهلك عن طريق مخاطبة عواطفه ، بل لا بد لها أيضا أن « تخبره » أى أن تقدم له معلومات كافية مقنعة عما يقدمه البائع ٠

وهناك تعليل آخر لهذه الظاهرة ٠٠ يقول هذا التعليل : اذا كان هدف الدعاية هو اقناع أكبر عدد من الناس فى أقصر وقت ممكن ، فمن المستبعد بصفة عامة أن يكون ذلك عن طريق العقل ٠٠ والمرتكز الأساسى فى هذا النوع من الدعاية هو أن التفكير يحتاج الى جهد ووقت أكبر مما تحتاجه الغريزة ٠٠ وبما أن القلة من الناس هى التى تتمتع بالقدر اللازم من الارادة لاختيار أصعب الطريقين، فان الاسلوب الذى يثير ردود الفعل الغريزية ، يصبح هو الأسلوب الأقدر والأسرع فى احراز النجاح من الاسلوب الذى يتطلب جهدا للاستيعاب والى عمليات عقلية مهما خفت ٠

والمقارنة بين العنصر العقلى والعاطفى فى الدعاية يثير دائما سؤالا يدور حوله جدل محتدم ، وهو علاقة الدعاية بالتعليم ٠٠ والواقع أن من الصعب تحليل هذه العلاقة على أساس وضع العقل فى كفة والعاطفة فى كفة أخرى ٠٠ فهذا يعنى أن نساوى بين التعليم وبين مجرد توصيل وتلقين المعرفة ٠٠ وقد اتفقت معظم الآراء على أن التعليم أوسع فى معناه من ذلك كثيرا ٠٠ ونحن فى مصر بعد الثورة ، ادراكا منا لهذا المعنى ، قد غيرنا اسم وزارة المعارف العمومية الى وزارة التربية والتعليم ٠٠ فالتعليم بمعناه الواسع لا يقتصر على مجرد تلقين وتدريس المناهج للتلاميذ فى الفصول ، بل يتعداه الى ما يتعلمونه ويقتبسونه

من المدرسة والمدرسين من خلق وعادات ، وعلى ما يستوعبونه أيضا من محيط الأسرة • فمن المهـام الرئيســية للتعليم تشـكيل شخصية التلميذ وتنميـة ما يتمتع به من مميزات حتى يستطيع أن يتخذ لنفسه فى الحياة الاتجاه والموقف الذى ينشده له معلموه ومثقفوه •• ويذهب التعليم الى أبعد من ذلك ، فنحن نرى أن المواد غير العلمية ، وخاصة مادة التاريخ والآداب ، تصب ـ سـواء بقصد أو بغير قصد ـ بغرض تنمية وتغذية بعض العواطف المعينة مثل الوطنية أو الايمان بنظام اجتماعى معين •• ألا يعتبر هذا شكلا من أشكال الدعاية ؟ •• ان كتب الأدب والنثر والشعر يمكن أن تتحول فى يد مدرس متحمس الى مادة دعائية مؤثرة •• والواقع أن الصلة الرئيسية بين التعليم والدعاية تتضح أكثر ما تتضح فى الوطنية وفى بعض المواقف تجاه الدول الأخرى والمسائل الدولية ، والوسيلة الرئيسية لتحقيق ذلك هى التاريخ ودروس التاريخ •• وهذا بالطبع لا ينفى الدور الذى يمكن أن تؤديه المواد الأخرى .. ففى مجال الأدب مثلا يمكن ـ عن طريق الاختيار المناسب للاشعار وتحفيظها عن ظهر قلب للتلاميذ ـ غرس حب بلادهم ، وبغض بلد أجنبى •• كذلك يمكن للخرائط الجغرافية أن تبرز أهمية بلاد التلميذ وعظمتها • واذا كانت هذه البلاد تطالب باسترداد أراض تحتلها دولة أجنبية ، يمكن أن توضح هذه الحقيقة فى الخريطة أمام التلميذ ويتولى ابرازها مدرس الجغرافيا •• والأهم من ذلك كله الدور الذى تؤديه الدعاية فى كتابة التاريخ •

وهناك مبدءان أساسيان يتبعان فى كتابة التاريخ وتدريسه أولهما : أن يتجنب المؤرخون سرد أى شىء يعلمون أنه غير صحيح ، فالتاريخ علم من العلوم يستهدف تسـجيل الحقيقة ولهـذا فان أى سرد للماضى يتضمن عن قصد أى زيف ما ، يعد عرضا لرواية خيالية •

ان كثيرا من كتاب التاريخ وضعوا كتبا لاقت رواجا واسعا ، ولم يكن دافعهم الى ذلك حبهم للحقيقة بل الرغبة فى أن يدافعوا عن قضية معينة أو أن يفسروا مذهبا أخلاقيا معينا ، وهؤلاء لا يستطيع أحد أن يتهمهم بتعمد الكذب ، فأغلبهم ولا شك كانوا يؤمنون بأن ما يحاولون غرسه فى الأذهان يتضمن فى جوهره سردا للحقيقة ، واذا ما تعارضت الحقائق والوقائع مع ما ينادون به ، فقد صارت الأمور فى نظرهم على غير ما يجب أن تكون عليه •• ومهما يكن من أمر ، فان أمثال هذه الأعمال ـ سواء أكانت دعاية طيبة أو سيئة ـ تعتبر دون شك تأريخا رديئا ، لأنه يسىء عرض الحقائق لخدمة الأغراض السياسية •

وهذه كلها وسائل معروفة ومألوفة ، كما أن السلاح الذى تستعين به الدعاية التاريخية ـ وهو سلاح تشويه الحقائق عن طريق الاختيار المتحيز ـ معروف

أيضا ، وهو السلاح الذى يزين للكاتب أن يفسر الماضى على هواه المريض بدافع اغراء شديد لا يستطيع منه فكاكا ، فهو مهما حاول اختيار الحقائق التى يراها مؤيدة لما يذهب اليه ، انما يغفل كل وسيلة تبرز الحقائق التى تناقض ما يذهب اليه وتعارضها ·

والمبدأ الثانى هو أنه بينما يستهدف التاريخ غرس الشعور السليم بالوطنية ، فانه فى نفس الوقت يجب ألا يستخدم لاثارة الأحقاد نحو الأجانب · فمن الطبيعى أن ينشأ التلميذ على الشعور بالفخر بانتصارات بلاده وانجازاتها التقدمية ، بل ان هذا عمل طبيعى يلقى قبولا واستحسانا ، وان يكن البعض يرى أن المبالغة الزائدة فى تصوير المعارك وابراز الانتصارات قد لا تشكل دعوة الى الوطنية بقدر ما تشكل دعوة الى الحرب ، فمن الطبيعى أن تسلط أى بلد الأضواء على مدى مساهمتها فى التراث الحضارى للانسانية كلها فى الفنون والعلوم ، كما تسلطها على تقدمها فى المجالات السياسية والاصلاح الاجتماعى ·· ولكن ليس طبيعيا ولا مقبولا أن تصور كتب التاريخ شعبا أجنبيا على أنه شعب منحط ، وجبان وخائن فى الحروب ، أو متأخر ومقلد فى الثقافة ، وسلوكه وعاداته غير حضارية ، فمثل هذه الدعاية قد تستهوى دكتاتورا ذا شهوة فى الحرب والعدوان ، أو تستهوى انعزاليا متهوسا يريد أن يوغر صدور مواطنيه ضد دول العالم الخارجى (مثال ذلك حال عبد الكريم قاسم فى العراق) ·

ولأهمية هذا الموضوع فى تشكيل مواقف الشعوب ، بدأت اللجنة الدولية للتعاون الثقافى ـ بعد الحرب العالمية الأولى وبتأييد نقابات المعلمين فى عديد من الدول المختلفة ـ حركة تبادل للمعلومات وجمعها من كتب التاريخ المدرسية لازالة التحريفات الصارخة والادعاءات الباطلة · ومضى العمل فى هذه اللجنة بنجاح حتى عام ١٩٣٩ ، ثم تعثر وانهار بسبب انسحاب ألمانيا من اللجنة وتدهور الموقف الدولى ·· ورغم ذلك فان هذه اللجنة حققت نتائج طيبة ·

ومنذ نهاية الحرب العالمية الثانية تولى «اليونسكو» مباشرة هذا العمل ولكن بشكل أكثر تنظيما وعلى جبهة أعرض ·· ففى عام ١٩٤٩ أصدر كتابا يعتبر مرشدا للهيئات الوطنية فى طرق محو التحيز من الكتب التاريخية ، واهتم « اليونسكو » منذ ذلك التاريخ باقامة ثلاثين مؤتمرا لمدرسى التاريخ ومؤلفى الكتب التاريخية · وكان كل مؤتمر يضم ممثلى دولتين معا · وقد كشفت هذه المؤتمرات عن نقطة تثير الاهتمام ، وهى أن الدعاية الوطنية لم تكن تعتمد على تزييف أحداث التاريخ بقدر ما كانت تعتمد على رسم صورة مزيفة لبعض الشخصيات القيادية التى ظهرت على مسرح التاريخ ·

ومثل هذه الجهود يرحب بها كل الذين يؤمنون بأن تدريس التاريخ يجب أن يخلو من الحرب النفسية الدولية ٠ ومن العلامات الطيبة فى هذا الصـــدد أن « اليونسكو » يبذل جهودا حميدة للتقريب بين الثقافة الشرقية والغربية ، تؤدى الى فهم كل طرف لثقافة الآخر ، واحترام كل طرف لثقافة الآخر ٠

ومما سبق ، تتضح لنا الصلة المتشابكة المتداخلة بين التعليم والدعاية ٠٠ وقياسا على هذا نستطيع أن نقول ان جميع المدرسين والآباء هم من رجال الدعاية . سواء أدركوا هذا أم لم يدركوه .. ومما لا شك فيه أن هناك أنظمة تعليمية أكثر التصاقا بالدعاية من غيرها من الأنظمة . والأمر فى هذه الأنظمة يتوقف على مدى تشجيع التلاميذ على التفكير بأنفسهم ، وعلى احترام البحث عن الحقيقة ، وفى هذا الشأن تكون الدعاية لازمة بطبيعة الحال لتحقيق هذا الهدف ٠٠ فكل مجتمع يرسى نظام تعليمه بحيث يجعل من صغاره نموذجا لمواطنين أكثر ملاءمة لنظامه الاجتماعى والسياسى ، وفى هذا المجال تلعب الدعاية دورا هاما فى تحقيق هذا الهدف ٠٠ واليابان هى أوضح مثل على هذا ، فنظام التعليم بهـــا ارتكز على الدعاية المنظمة فى تكوين الشخصية اليابانية ٠٠ والواقع أن هذا التشابك بين المجالين يؤكد لنا أنه يتعذر علينا أن نحدد لكلمة « الدعاية » مضمونا مجردا واحدا ثابتـــا لا يتغير ٠٠ واذا كان لنا أن نفرق بين الاثنين ــ أى بين التعليم والدعاية ــ فانه يمكننا أن نقول ان الدعاية أكثر من التعليم اهتماما بالعواطف وأقل منه اهتماما بالانجازات العقلية ٠

وبما أن الدعاية تهتم أكثر ما تهتم بالعواطف ، فان هذا يدفعنا الى أن نتساءل : أى هذه العواطف أولى بالتركيز والاهتمام ، وكيف يكون العمل ؟ مباشرا أو غير مباشر ؟ فالواقع أن العواطف بجميع أنواعها لها أهميتها فى هذا المجال سواء فى ذلك البسيطة منها مثل الخوف والمركبة مثل الزهو والتفاخر والاحساس بالمغامرة ٠٠ فجميع العواطف والغرائز الانســانية أتاحت لرجل الدعاية فى مرة أو فى أخرى فرصة التأثير على الشخص المتعرض للدعاية .. فرجل الدعاية يختار مجموعة من العواطف والغرائز التى تناسب هدفه ، فنحن نرى مثلا أن الدعاية التجارية تستثير ــ فى المقام الأول ــ غريزة الطمع والرغبة فى الراحة والانتعاش والطموح لدى المستهلك ٠٠ والدعاية فى الحروب تعتمد على العاطفة والوطنية وحب العائلة وكره العدو والخوف منه وبث الثقة فى النصر النهائى والشجاعة والاقدام والمغامرة ، بينما تعتمد الحملة الموجهة الى العدو على محاولة اثارة خوفه أو الضرب على وتر عدم ثقته واطمئنانه الى زعمائه أو حلفاء بلاده ٠

ويتوقف مدى تأثير رجل الاعلام ونجاحه على مدى قوة العواطف الموجودة بالفعل ، وان يكن هذا لا ينفى بالطبع أن رجل الدعاية يحاول فى بعض الأحوال

غرس العواطف الجديدة وتنميتها لدى الذين يوجه اليهم الحملة ٠٠ وكل ما هنالك أن نجاحه فى هذه الحالة يكون فى الغالب أقل مما لو كانت العواطف موجودة وقائمة بالفعل ٠

وأسلوب رجل الدعاية على أية حال يختلف طبقا لتركيب المجتمع المطلوب اقناعه ، فاذا كان هذا المجتمع مثلا يقوم من الناحية السياسية والاجتماعية على نظام طبقى بمعنى أن الغالبية تتلقى آراءها من الأقلية اما بالقوة أو طبقا للأوضاع القانونية أو طبقا للتقاليد والعرف ، فمن أهم الأمور فى هذه الحالة ايجاد وسيلة لاقناع الجماعة التى تتمتع بالسيطرة والنفوذ على غيرها ٠٠ وجماعة من هـذا النوع تكون فى العادة متجانسة التفكير والثقافة ، ومتقاربة فى المستوى العقلى والعـاطفى ٠ وعلى ذلك فان الأمر لا يتطلب الا نوعا واحـدا من المخاطبة ٠٠ والدعاية بغرض اقناع مثل هذه القلة لا بد أن تكون فى منتهى المهارة والحذق ، وغير مباشرة ٠

أما اذا لم تكن توجد فى المجتمع حواجز طبقية ظاهرة ، وتنتشر الثقافة والتعليم بين أرجائه ، وتسود فيه الأوضاع الديمقراطية ، فانه فى مثل هذا المجتمع تصبح الدعاية مسألة معقدة ولا بد لها أن تتفرع وتتشعب فى اتجاهات عديدة ، وأن تكون على استعداد مستمر لاتباع أساليب متنوعة ومختلفة ، وان يكن من الضرورى بالطبع أن لا يغيب الهدف الرئيسى عن البال مطلقا وأن يظل دائما ثابتا وواضحا أمام مخطط الدعاية ٠٠ وفى هذه الحالة أيضا لا بد أن تمارس الدعاية وتنظم على نطاق واسع للغاية ٠٠ فاذا لم يحدث ذلك ضعف الأمل فى أن تصل وتؤثر فى المجتمع ككل ٠ والسبب واضح وبسيط ٠ فانه بدلا من وجود مجموعة واحدة من الأفكار غير القابلة للمناقشة ، يصبح لدينا الكثير من المعتقدات والأفكار المتنوعة ، ويتعين على رجل الدعاية أن يقوم بالاقناع بكل هذه الاتجاهات حتى يصل الى اقناع الغالبية ٠

وعندما يريد رجل الدعاية طرح فكرة جديدة ، فانه فى هذه الحالة يسلك موقفا حذرا ٠٠ وهو عادة يبعث برسله ليقيسوا له ردود الفعل المختلفة بين الجماهير ٠٠ ومن المعروف أن الانسان العادى كثيرا ما يتأثر بالاتجاه الاجتماعى السائد ، فعلى رجل الدعاية أن يستغل هذا الميل التقليدى الى جانب استغلاله للعواطف ٠ ولتحقيق هدفه فى اقناع مثل هذا المواطن بالفكرة الجديدة عليه أن يتبع طريقا غير مباشر ولكنه يتطلب مهارة وحذقا كبيرين ٠ فهو يهدف أول ما يهدف الى احتواء الآراء المعارضة ثم يأخذ تدريجيا فى دفعها الى الظلال حتى تختفى ، وبذلك يترك المواطن سعيدا فى ظنه واعتقاده بأنه قد وصل الى الرأى المطلوب بنفسه وبقوة ملاحظته واستنتاجه ٠

وهناك حقيقة أخرى يجب أن نضعها دائما فى اعتبارنا ، وهى أن رجل الدعاية كثيرا ما يصبح تحت رحمة أحداث طارئة قاهرة لا حيلة له فيها ، فمهما بلغت مهارة دعايته ودقة تخطيطه ومثابرته والحاحه ، فان كل هذا معرض طوال الوقت لأن تكتسحه من الوجود تطورات مفاجئة لظروف ليس له أية سيطرة عليها فانه مهما بلغت الدقة فى تقدير التغيرات المرسومة المخططة ، كثيرا ما نفاجأ بوجود علة معينة بين العوامل العقلية المؤثرة على تفكير وسلوك الانسان ٠٠ والواقع أن حركة التبدل والتغيير فى دنيا العواطف من أشد المشاكل اثارة للحيرة ٠٠ فالشرارة الملهمة فى حركة ما سرعان ما تخبو وتأخذ قوتها الدافعة فى الاضمحلال ، فاذا بحثنا لم نجد سببا واضحا ملموسا ، ذلك أن معبود جيل من الأجيال قد يصبح محط سخرية الجيل الذى يليه ٠٠ وهذا يعنى أن رجل الدعاية اذا اتخذ مقياسا ثابتا للتكوين السيكولوجى فى أى مجتمع كنبراس له فى وضع خططه الاعلامية فانه بذلك يقع فى خطأ جسيم ، ولهذا يجب أن يكون يقظا على الدوام ومستعدا لأن يغير سياساته طبقا للتذبذبات الجديدة لموجة السيكولوجية العامة ٠

والأساليب التى يمكن لرجل الدعاية استخدامها للاغراء والتأثير عديدة ومتنوعة ، وأهم هذه الطرق وأجدرها بالدراسة والمناقشة هى التى تتعلق باستخدام الحقيقة والكذب أو التلفيق ٠٠ فمن النظريات الخاصة بالدعاية نظرية تنادى بأننا لا نستطيع أن نجزم بشكل قاطع بالحياد المطلق للدعاية كدعاية ، فرجل الدعاية باعتباره رجلا يدعو الى شىء ما ، له أن يستخدم ما يرى من الأساليب التى يراها أكثر وأقوى الطرق الى تحقيق التأثير المطلوب على سلوك الفرد ، وقد تكون هذه الأساليب فى حد ذاتها فاسدة أو طيبة وقد يكون الغرض منها شرا أو اصلاحا ، وسواء أكان هذا أو ذاك فانه لا يمس جوهر الدعاية كدعاية .

فمن الملاحظ فى هذا الصدد أن الدعاية فى الفترة الأخيرة قد اكتسبت سمعة غير طيبة ، وهذا يرجع الى حد كبير الى أن اثنين من أشهر رجال الدعاية ، وهما هتلر وجوبلز ، قد استخدما وسائل دعاية مضللة خبيثة لتحقيق أهداف خبيثة وأغراض سيئة ٠٠ فليس من المستغرب اذن أن تظهر ردود فعل معادية ضد كلمة « دعاية » ٠ وهذا لا ينبغى أن يدفعنا الى اساءة الحكم على استخدامات الدعاية كعامل مؤثر فى الحياة الاجتماعية تأثرا منا بمن أساءوا استخدامها أسوأ استخدام ٠ ومهما يكن فقد برهنت الأيام والأحداث على أن النازيين لم يكونوا – فى استخدامهم للدعاية – على مستوى كبير من البراعة والكفاءة الاعلامية علميا أو فنيا أو نفسيا ٠

ان الكثرة من النـاس تؤمن بأن الحقيقة هى أمضى سلاح وأفضل طريق للدعاية ، وأن الكذب المنظم لا بد وأن يخذل فى النهاية أغراض رجل الدعاية وأهدافه . وهم بذلك يقتدون بالمثل القائل : « الحقيقة خير سلاح » .. لكن هذا يعتبر من واقع التجربة تعميما لا يتبع فى جميع الأحوال لأنه لا يرتفع فوق المظنة والجدل ، ولا يرتفع الى مصاف الحقائق التى لها صفة اللزوم الشامل ، فقـد يحـدث أن يتعرض رجل الدعاية لمناسـبات خاصة يؤدى فيها تمسـكه بالحقيقة الى اضعاف قدرته على التأثير ، وكفاءته فى عمله ٠

وهذا الاعتبار يتناول أيضا مسألة الأهداف التى تخدمها الدعاية ٠ فالواقع أن هناك أمرين : أولهما أنه اذا كانت هذه الأغراض خيرة ورجل الدعاية شريفا ، فلا شك أنه سيتردد كثيرا قبل أن يستخدم وسائل غير شريفة أو خبيثة كشن حملة تعتمد على تحريف فى تقديم الحقائق ٠

الفصل الثامن

حسن استخدام الدعاية

المبادىء الأساسية لاستخدام الدعاية :

ومهما تكن الوسيلة المستخدمة ٠٠ فمن الضرورى أن تعد الدعاية مع وضع سبعة مبادىء أساسية موضع الاعتبار والتقدير :

١ ــ المبدأ الأساسى هو أن الدعاية عندما تستخدم هجومية اعتدائية ٠٠ يجب أن يكون هدفها الأشخاص لا الموضوعات ٠ وحشد كل الجهود ضد الأشخاص يسهل ويبسط من المشكلة ذلك لأن معالجة الموضوعات مسألة معقدة ولا يمكن أن تعالج بالبساطة أو اليسر الذى يجب أن يكون طابع الدعاية ٠٠ وكما يعتبر صحيحا ما يقال فى الدوائر الصحفية من أن « الأسماء تصنع الأنباء » فان المبدأ نفسه يعتبر مقبولا فى ميدان الدعاية ٠

٢ ــ يجب أن تخفى الدعاية وتموه حتى لا تبدو واضحة ظاهرة على أنها دعاية والا تعرضت للفشل ٠

لذلك فان الدعاية الصهيونية فشلت لأنه أصبح غير خاف أن أصحاب النظريات من الاسرائيليين يرسمون الخرائط لبلادهم التى « تمتد من الفرات الى النيل » ويعلنون أن الدولة الجديدة لن تقوم لها قائمة استراتيجيا وسياسيا واقتصاديا ، وأنها لن ترسخ أقدامها فى الشرق الأوسط الا فى اليوم الذى تضم فيه أربعة أو خمسة ملايين من المواطنين وهذا يفرض بطبيعة الحال غزو أراض جديدة فى فلسطين الشرقية وسيناء(١) !!

٣ ــ يجب أن تستند الدعاية الى المعلومات ذات القيمة والى المعرفة الدقيقة بمجريات الأمور ، ويجب أن تنسق تماما مع الاتجاهات السياسية

---

(١) مصر الثائرة ــ تاليف : جان وسيمون لاكوتور ــ مترجم فى كتب سياسية ــ ص ٤٥ ــ القاهرة ــ عام ١٩٥٧ ٠

والثقافية والعسكرية والاقتصادية والعاطفية للدولة وللسكان الذين توجه اليهم .. وان المعرفة الدقيقة بلغة البلاد التى توجه اليها الدعاية شرط أول لأن المستمعين سرعان ما يعرفون بسرعة المذيع الأجنبى ، لأخطائه فى استعمال اللغة بالصورة التى يستخدمونها هم .

٤ ـ لا يصح اطلاقا أن تظهر الدعاية ، وكأنها تخلق موضوعات جديدة بل يجب أن تعنى بدلا من هذا بالموضوعات القائمة فعلا وأن تعالجها بصورة ما لفائدة الدعاية ، وأقرب معرفة لهذا الأسلوب ما تستخدمه الدعاية السوفييتية الشيوعية فى اذاعتها فهى تحشد كل جهودها فى الموضوعات الحساسة القائمة فعلا فى المجتمع مثل البطالة وعدم الاستقرار السياسى والتفكك الداخلى ، وتبحث هذه الموضوعات بأساليب فنية ثم تضع منطقها الجدلى بذات الأسلوب الفنى .

٥ ـ يجب ألا تكون للدعاية صبغة جامدة تجعلها عاجزة عن ملاحقة التطورات اليومية وأن تكون متأهبة دائما لتحوير تفسيرها للموضوعات بما يتمشى مع التطورات اليومية التى تحدث فيها .

٦ ـ لا يمكن أن تدار الدعاية بسيطرة آلية ، واذا كانت التوجيهات والتعليمات تجىء عادة من سلطة مركزية تتولى الاشراف على الدعاية الا أن الأسلوب والوسيلة يجب أن يتركا لأولئك الذين ينفذون الأمر فعلا . وقد وجدنا جوبلز يطبق مبدأ اللامركزية فى التنفيذ ، فقد طرد جميع وكلاء الوزارة وأخذ يتعامل مباشرة مع مديرى الادارات .

٧ ـ يجب أن تستخدم الدعاية كل التسهيلات الممكنة المستطاعة وبخاصة مواطنى الدولة التى توجه اليها الدعاية ، والسعى لاكتسابهم للاشتراك فيها .

خطة الدعاية :

وأعتقد أنه يجب عند وضع خطة الدعاية أن تكون بسيطة يمكن تكرارها دون أن يكون هذا التكرار مؤثرا على موضوع الدعاية . ومع أن الدعاية توجه الى العقول فانها عادة تنتفع باثارة العواطف . وفى هذه الاتجاهات العاطفية تعنى الدعاية بالحديث عن الحب المضاد للكراهية وعن العدالة المضادة للظلم وعن الصدق المضاد للكذب . ولكى تصل الدعاية الى التأثير القوى يجب أن تضع حكما وأقوالا مأثورة تكررها دائما وبلا انقطاع .

والطابع الخشن الوحشى الهجومى يعتبر عاملا هاما فى الدعاية لا لأنه يوضح القوة فحسب ، بل كذلك لأنه يسترعى الانتباه ٠

يقول الأخصائى الالمانى « أوجين هادا أموفسكى » :

« ليست الدعاية والرعب بأمرين متضـادين ٠٠ بل ان العنف يمكن أن يكون جزءا مكملا للدعاية » ٠ وقد أضاف هذا الرجل أن « دور العنف هو أن يكون كضوء البرق مسترعيا للانتباه ومحولا اياه بمهارة تبعـا لرغبة رجـل الدعاية » ٠

وتبعا لآراء كبار الاخصائيين فان أحسن دعاية هى اظهار القوة والنجـاح والنصر ، وذلك أكثر تأثيرا من الوعد بكسب النصر ٠ لذلك وجدنا الرئيس الراحل جمال عبد الناصر يحرص على أن يختم خطبه بعبارة حبيبة الى نفوس المواطنين العرب وهذه العبارة هى (الله أكبر والعزة للعرب) ٠ وعندما يكون هدف الدعاية تحقيق السلم فلا يكفى فقط التحدث عن السلم ٠٠ بل يجب أن توضع وتعرض خطة صحيحة لايجاد السلم ، واذا كان الهدف نشر الرعب والذعر وجب أن تكون هناك الأعمال العنيفة المخيفة التى توضع موضع التنفيذ ٠

ولا تحاول الدعاية القيام بتحولات مباشرة الى العقيدة التى تدعو لها ٠٠ بل ان المتوقع منها فقط هو اضعاف المقاومة لتقبل الآراء الجديدة واستخدام كل وسائل النقاش المنطقى الذى يؤثر فى أولئك الذين توجه الدعاية لهم ٠

واذا كانت الأفكار للدعاية يجب أن تكون قليلة الا أنه يجب أن تتكرر هذه الأفكار بطريقة تناسب الجماهير ، فقد قال جوبلز « لكل جمهور مختلف شكل مختلف » كما قال أيضا « ما زالت الدعاية فى الميدان الثقافى أعظم الدعايات تأثيرا على الفرنسيين » ٠

وكان يقصد من ذلك أن تستمر الدعايات الأخرى ولكن كان جوبلز يختار فكرة الدعاية الثقافية ويكررها بالنسبة للفرنسيين لأن الدعاية الثقافية هى الوسيلة لمقاومة الحرب الثقافية ٠

وقد وجدنا الدكتور « جوبلز » يستخدم مجلة « داس رايش » وسرعان ما كانت الصحف والاذاعات الألمانية تنقلها بلغات مختلفة الى جميع الدول الأخرى ولكن بعد ادخال التصحيحات التى تقتضيها العقليات الوطنية المختلفة ٠

وكان الحزب الشيوعى يعمل على تركيز الدعاية بأفكار قليلة طوال الأسبوع فى الصحافة والاذاعة والاجتماعات وبجميع وسائل الدعاية وبذلك يتم الاقتناع بهذه الأفكار فى مدة قصيرة ٠

كذلك نجد أن المكتب السياسي للحزب الشيوعي يعمل على التركيز على فكرة واحدة ٠٠ وهى مثلا الهجوم على مشروع مارشال بأسلوب بسيط لمدة مناسبة فنجد أن جميع الصحف الشيوعية فى العالم تتناول هذا الموضوع ٠

وتتبع الماسونية ، وما هى الا فرع من الصهيونية ، هذا الأسلوب كما قال العلامة الهولندى دوزى(١) :

« انها جمهور عظيم من مذاهب مختلفة ، يعملون لغاية واحدة لا يعلمها الا القليلون منهم » ٠

الا أن الغاية هى رفع راية اسرائيل فى سماء أرض كنعان ، وقد قسم هؤلاء القليلون ـ توصلا لتلك الغاية ـ الماسونية الى ثلاث مراحل ٠

ومن النادر فى الاعلان الدعائى عن طريق الاذاعة أن يتحدث التاجر واصفا بضاعته تفصيلا وانما المعتاد أن يركز جهده على التحدث عن الفوائد التى يمكن الحصول عليها من شرائها ٠٠ لهذا فان الدعاية السوفييتية لا تتحدث عن النظريات الشيوعية ٠٠ بل تكسب المستمعين بالوعد بحل التفاوت الاقتصادى والاجتماعى وتحسين الأحوال فى البلاد التى توجه اليها دعايتها ٠

١ ـ دراسة علم النفس الاجتماعى(٢) :

أى يجب دراسة نفسية الرأى العام لأن المجتمع نسيج من الأشخاص نسير عليه فى وضع خطتنا الدعائية أو الاعلامية ٠

يجب دراسة نفسية الرأى العام لأن المجتمع نسيج من الأشخاص أو الارادات ٠٠ فالداعية الناجح هو الذى يفهم الجماهير فهما تاما ويعلم السبيل الذى يجب أن يسلكه لاحداث الاستجابة ٠ ويلزم أن تقوى الدوافع باستمرار باستخدام الصور المثيرة للغرائز الرئيسية ٠٠ ان ما يقوله ما هو الا رأى الشعب كله ، وبذلك نجد الشعب يعمل على اعتناق ما يقوله الداعية ٠

---

(١) كتاب « الماسونية منشئة ملك اسرائيل » تاليف : محمد على الزغبى ـ القسم الأول ـ صفحة ٩ ـ بيروت عام ١٩٥٦ ٠

(٢) المرجع : « علم الاجتماع » تاليف : الدكتور موريس جنبسبرج Ginbsberg ترجمة الدكتور فؤاد زكريا ـ صفحة ١٤٣ ـ عام ١٩٣٤ ٠

وقد قال محمد عبده(١) « انه يريد تنبيه الرأى العام حتى يميز ما للحكومة من حق الطاعة على الشعب وما للشعب من حق العدالة على الحكومة وان الحاكم من البشر يخطىء ويصيب ولا يصده عن الخطأ الا تيقظ الرأى العام ووقوفه أمام الحاكم اذا تجاوز حده ـ بالقول أو الفعل » .

« ووسيلة تنبيه الرأى العام هى التعليم ، وخاصة التعليم الاجتماعى والصحافة النزيهة وتربية القادة فى مجلس الشورى وأمثاله فيدرسون المسائل درسا وافيا ، ويبدون الرأى فى اخلاص وأمانة ، فيكون هذا كله درسا يقلد عند طبقات الشعب » .

هذا النحو من السياسة ـ وهو الاعتماد فى النضج السياسى على التعليم والتربية ـ برنامج عقلى لا برنامج شعورى ، وهو قلما ينجح فى الدعوة السياسية، انما ينجح فيها من يعتمد على الشعور ، والهاب العواطف .

٢ ـ عامل الخلق والتجديد :

يجب على الداعية أن يستخدم الخلق فى الدعاية لأنه لا يمكن أن تكون الدعاية عبارة عن عمل روتينى، فلا بد أن يكون الداعية خلاقا لأنه لو كرر أسلوب الدعاية باستمرار لأصبح مملا للرأى العام .. كما أن العدو سيفهم هذا الأسلوب المتكرر وبذلك ينهار عنصر المفاجأة فى الدعاية . وقد ثبت أن رجل الدعاية لا بد أن يكون ذكيا والا فالأفضل له أن يبحث عن عمل آخر .

وقد وجدنا أن جوبلز كان من أفضل علماء الدعاية فى أسلوب الخلق وقد سمعنا ما أعلنه فى الحرب العالمية الثانية بأن هناك المخزن رقم ١٣ الذى سيكون نهاية ابادة الأعداء . وكان لاعلان جوبلز خبر المخزن ١٣ أكبر الأثر فى اضعاف الروح المعنوية لدى الجنود والأفراد فى أنحاء العالم .

كذلك وجدنا أن انجلترا كانت دائما تدعى أن جنود الاحتلال الانجليز سيجلون مباشرة عقب القضاء على الثورة العرابية .. ولكن ظلت انجلترا تحتل مصر من عام ١٨٨٢ حتى استطاع الرئيس جمال عبد الناصر اجبار الإنجليز على الجلاء بعد أن قال قولته المشهورة « على الاستعمار أن يحمل عصاه على كاهله ويرحل .. والا فليقاتل حتى الموت » .

---

(١) المرجع : كتاب « زعماء الاصلاح » تاليف : احمد امين ـ صفحة ١٠٠ ، ١٠١ ـ القاهرة ـ عام ١٩٦٠ .

كذلك يجب العمل باستمرار على تجديد أسلوب الدعاية أو التجديد فى وسيلة الدعاية فان الجريدة التى تقلد جريدة أخرى ناجحة لا يمكن الا أن يصيبها الفشل الذريع ٠

٣ ـ عامل خفة الروح والدعابة والنكتة :

من المعروف أن الدعابة وخفة الروح فى الدعاية لها أهمية كبرى فاذا لم يكن الداعية نفسه خفيف الظل وله تأثير روحى على الرأى العام فى دعايته لا بد أن يفشل ، وهـذا العمل الخاص بالداعية وشخصيته وخفة روحه هام جدا ٠٠ بل هو عامل سيكولوجى فى الداعية لا يمكن أن يكتسبه من فراغ ٠

والدعابة فى الدعاية لهـا تأثير كبير على الرأى العـام ٠ لذلك نجـد أن « النكتة » كانت سببا فى هدم زعماء ولا ننسى « النكتة » التى ألفها الحلفاء ضد هتلر وموسولينى وهى الخاصة بالسمكة التى قالت « فيفا لادوتشى » ٠

كذلك سمعنا عن النكتة التى قيلت عن هتلر والوقوف فى الطابور ٠

ومن المعروف عن الشعب المصرى أنه يحب الفكاهة فكم من مرة كانت تعليقاته على الحوادث السياسية هى عبارة عن « نكت » لها تأثير قوى على الرأى العـام ٠

٤ ـ عامل التكرار :

ان عامل التكرار فى الدعاية يجب أن يستخدم بطريقة منتظمة والا لكانت النتيجة عكسية ٠٠ وان استخدام عبارات ـ شعارات ـ بتكرار منظم مدروس يأتى فى كثير من الأحيـان بنتائج طيبة ، ونجد أن أمهر حزب فى اسـتخدام الشعارات هو « الحزب الشيوعى » وان تكرار شعار الدعوة وتجديد ترديده فى الهتافات والأحاديث والخطب له أكبر الأثر فى نجاح الدعوة ٠

٥ ـ دعاية « من الباب الى الباب » :

ان عامل الدعاية من الباب الى الباب له أهمية كبيرة فى التأثير على الرأى العام ، ودعاية من الباب الى الباب هى أن يضع الداعية مثلا صورة الزعيم فى بيت المواطن وفى الطريق وفى الترام وفى المكاتب وفى السينما وفى المحـال التجارية وفى الميادين العامة وبذلك اذا خرج المواطن من باب بيته فى الصباح الى أن يعود فى المساء فانه يرى صورة الزعيم ٠٠٠ انها توصله من الباب الى الباب ـ وكان هذا العامل الدعائى يستخدمه جوبلز باستمرار فى الدعاية للزعيم هتلر وذلك باستخدامه صورة الزعيم أو نسر النازى ٠

٦ ـ عامل الدين :

ان استخدام الدين فى الدعاية له أهمية كبرى فان الاستشهاد بحديث نبوى أو قدسى أو آية قرآنيـة قد يجعل النفـوس تندفع اندفاعا فى الحروب أو الاعجاب برأى الزعيم أو الخطيب ، هذا مع ملاحظة أن الآيات التى تستخدم لا يكون لها تأثير فى نفوس البعض الآخر من المعتنقين لدين آخر ٠

كذلك يوجد فى الدين آيات عن الاستشهاد فى سبيل الحق والوطن وهذه الآيات فعلها كالسحر فى نفوس الجنود فى الميدان لذلك يجب استخدام عامل الدين فى الدعاية ولكن بحرص وحذر ٠ وقد وجدنا روسيا الآن تستخدم فى مجلاتها صورا تدل على أنها تحافظ على الشعائر الدينية والمعتقدات السماوية لكى ترد على الدعاية الأمريكية المضادة التى تبين أن روسيا دولة الحادية لا تعترف بالدين ولا بالخالق ٠

كذلك نجـد أن الصهيونيين قـد غيروا من التوراة الحقيقيـة لتتلاءم مع الصهيونية وقد ورد فى التوراة سفر التثنية(١) ٥ ـ ٣٤ أن اله اسرائيل قد دفن موسى بيده فى العراء ، فى أرض مواب ٠٠ ولم يعرف انسان قبره الى هذا اليـوم ٠

وهذه الفقرة من التوراة تدل بما لا يقبل الشك على أن التوراة المتداولة بين أيدى اليهود والتى يزعمون أن موسى كتبها بيده ليست هى التوراة المقدسة التى كتبها موسى فعلا بيده اذ لا يعقل أن يكتب انسان وهو على قيد الحياة أنه مات ودفن فى المحل الفلانى مثلا كما لا يعقل أن يكون موسى قد كتب هذه الفقرة بعد موته ٠

٧ ـ عامل التحريف :

قد نجد خبرا بسيطا فى جريدة من الجرائد أو خبرا تتناقله وكالات الأنباء يحـدث تأثيرا أقوى من تأثير المدافع والطائرات المحملة بالقنـابل الشـديدة الانفجار ٠ وسبب ذلك أن هذا الخبر قيل على لسان مسئول فى دولة من الدول ولكن هذا الخبر حرف بحيث أصبح معناه بعد التحريف خطيرا جدا ٠

ومن هذه الأخبار التى حرفت خبر ذكر على لسان نائب وزير خارجية دولة عربية ، فحينما سئل عن اسرائيل ولماذا لا تريد البـلاد العربية الصلح معهـا

---

(١) كتاب « فلسطين العربية واليهود » تاليف مؤرخ عربى ـ صفحة ٧٦ ـ عام ١٩٥٧ ٠

قال : « اننا نريد السلام مع اسرائيل » فحورت وكالات الأنباء عبارته الى « اننا نريد الصلح مع اسرائيل » ٠

وقد كانت هذه الكلمة كافية لان تجعل العالم العربى يصب اللعنات على هذا المسئول ، ولما حاول تكذيب الخبر لم تنشره وكالات الأنباء الا بعد يومين ٠

كذلك وجدنا فى أيام العدوان الثلاثى على مصر أن الانجليز والفرنسيين والاسرائيليين دأبوا على تحريف الأخبار القادمة من مصر فقالوا أثناء عرض القضية على الأمم المتحدة « بأن مصر قد سلمت » وكانت جلسة الأمم المتحدة ستعقد بعد ربع ساعة ٠ وقد كان مجرد نشر هذا الخبر سببا فى أن يقف الرأى العام فى الجمعية العامة مكتوف اليدين وليس له الا أن يعترف بالعدوان ولا يدين حكومات العدوان الثلاثى ٠٠ الا أنه تم اتصال تليفونى بين مصلحة الاستعلامات المصرية والملحق الصحفى فى الأمم المتحدة الذى أبلغ بأن هذه الأخبار ليس لها أى أساس من الصحة ٠

وقد كان لهذا التبليغ التليفونى أكبر الأثر فى تغير الرأى العام بشكل اجماعى ضد الدول الثلاث التى روجت وحرفت الأنباء فأعلن الملحق الصحفى بعد تلقيه الخبر من القاهرة بعشر دقائق أنه لا صحة اطلاقا لما أذاعته انجلترا وفرنسا واسرائيل ٠٠ كذلك قد يحدث أن تحذف وكالات الأنباء عن عمد حروف النفى مثل (لا) و (ليس) ٠٠ الخ مما يعكس معنى الخبر كلية ٠

كذلك نجد تحريفا حتى فى الوصايا العشر التى يزعم اليهود(١) أن الله أوحى بها الى موسى وكتبها (أى الله) له بيده على لوحين من الحجر الصلب فى حين أنها تشبه كثيرا ما جاء فى الشريعة المصرية القديمة التى سبقت شريعة موسى بعشرات القرون ٠ ففى الشريعة المصرية يقول الميت فى الدفاع عن نفسه أمام الاله والقضاة الذين معه : « لم أعتد — لم أزن — لم أسرق — لم أقتل غدرا — لم أكذب — لم أتدنس — لم أقذف — لم استخف بالآلهة » ٠

مع العلم أن الشريعة المصرية قد اقتبست كثيرا من هذه القواعد والأحكام من الشريعة البابلية مع تحوير بسيط يتفق والمعتقدات الفرعونية ٠

وفى الشريعة اليهودية هذه المنسوبة الى موسى نجد أن الاله — اله بنى اسرائيل — يمنع عباده من شهادة الزور على القريب فقط ، والقريب هنا هو كل اسرائيلى ، أما شهادة الزور على الآخرين فقد أجازها لهم ٠

---

(١) كتاب « فلسطين العربية واليهود » تاليف : مؤرخ عربى — صفحة ٧٥ — عام ١٩٥٧ ٠

ونجد في الوصية العاشرة أن اله بنى اسرائيل نهاهم فقط عن اشتهاء امرأة اليهودى ، أما اشتهاء زوجات الغرباء ، من غير اليهود فلم يحرمه عليهم ، وهو ما لم يوجد مثله في مختلف تعاليم الأديان الأخرى ، وما نجل عنه الأديان السماوية الحقيقية ٠

٨ ـ عامل الحذف :

ان عامل الحذف له أهمية كبيرة فاذا أردت أن تجعل الرأى العام ينسى زعيما مشهورا فاحذف صوره وأخباره أو أى لفظ مهما يكن بسيطا عنه ، فلا بد أن ينسى هذا الزعيم بعد مدة مهما يكن يتمتع بسمعة طيبة ٠٠ فما أسرع نسيان الشعوب ٠

واذا أردت أن تهمل زعيما معاديا لك فالوسيلة الوحيدة أن تحذف أخبار وتصريحات هذا الزعيم فان الوقت كفيل بأن يكون سلاحا لقتل سمعة هذا الزعيم ٠

كذلك يمكن حذف أخبار الأعداء خصوصا ما ينشرونه فى أثناء الحروب من بلاغات رسمية ٠

٩ ـ عامل الصدق والكذب(١) :

اذا استخدم الداعية الصدق فى دعايته فأن الرأى العام سيعتبر ان كل ما يقوله الداعية صادق يجب أن ينفذ ٠ أما اذا استخدم الداعية الكذب فى دعايته فسيجعل الرأى العام يفقد الثقة فى كل ما يقوله الداعية أو يذكره بوسائل الدعاية التى يستخدمها ٠

وكثيرا ما وجدنا بعض الدول أو الزعماء يذكرون الحقائق على ما فيها من مرارة للرأى العام بحجة أن الزعيم لا يملك الا أن يقول الصدق للرأى العام لأن

---

(١) يقول جوبلز : ان الدعاية الطيبة لا حاجة بها الى الكذب بل يجب أن تنأى عنه وليس ثمة ما يدعو لتزييف الحقائق ٠ والذين يقولون ان الشعب لا يطيق الحقيقة يرتكبون حماقة كبيرة فالشعب قادر على مواجهة الحقائق ٠ وكل ما هناك هو ان نشرح له الحقيقة بطريقة تساعده على فهمها ٠ والدعاية الكذوب تقدم ضد نفسها برهانا على انها تدافع عن قضية خاسرة وهى لا تنجح على طول الخط ، وانما تنجح الدعاية فى آخر المطاف حينما تدافع عن حق وعدل ٠ والحق محتاج الى من يعبد الطريق أمامه ٠ والقضايا العادلة لا تنتصر وحدها وانما يجب ان يدافع عنها دفاعا متينا ، وما الدعاية الا هذا الدفاع القوى ٠

الرأى العام لا بد أن يعرف الحقيقة خصوصا أن العالم اليوم مفتوح على شتى الاذاعات الآجنبية التى تكشف الحقائق كما هى ٠

ولكن يحدث فى كثير من الاحيان أن يضطر الزعيم لاخفاء الحقيقة ويجبر اجبارا على الكذب ٠ ومن ذلك ما سمعناه عن تشرشل ابان الحرب العالمية الثانية حينما هاجمت طائرات ألمانيا الجزر البريطانية فى غارة شديدة فقال ان عدد الأرواح التى أزهقت نتيجة للغارة هو خمسة آلاف شخص . وقد اعترف تشرشل فى مذكراته بعد الحرب بأن العدد الذى مات نتيجة هذه الغارة كان خمسين ألف شخص وانه اضطر للكذب حتى لا تنهار الروح المعنوية للشعب البريطانى فى وقت شدته ٠

وقد كانت التصريحات المصرية ابان العدوان الثلاثى على مصر تمتاز بالصدق فى كل حرف منها ، الأمر الذى دعم الثقة التامة فى نفوس المصريين ٠

١٠ ـ عامل « لكل دعايته » :

ان عامل « لكل دعايته » هو عامل هام فى الدعاية فقد تنجح خطة دعاية تستخدم فى بلد ما ولكنها لا يمكن أن تنجح لو استخدمت فى بلد آخر ٠ لذلك يجب أن يبحث كل مجتمع على حدة وتوضع له خطة دعاية مبتكرة جديدة لم تستخدم فى مجتمع آخر ٠

١١ ـ العامل النفسانى :

ان العامل النفسانى يستخدم فى البلاد التى تعرف بأنها دول عاطفية تتأثر بالعاطفة فمثلا يكون للقصص المؤثرة عن الأسر الفقيرة أو عائلها المريض ، أكبر الأثر فى نفوس أفراد الرأى العام ٠

كذلك نجد أننا نتأثر دينيا فى بلاد العرب ، وقد هاجم « العقاد » مثلا الشيوعية مستخدما العامل النفسانى والدينى ٠

يقول الأستاذ عباس محمود العقاد :

« ولقد سلك « المستعمرون الحمر » مسلك جميع المستعمرين فى تخدير ضحاياهم بالوعود الكاذبة وتغريرهم بزخارف الأباطيل ومحرجات الايمان على نية

الحنث بها من اللحظة الأولى ، فأعلنوا فى أوائل أيام الانقلاب الشيوعى بلاغا طنانا وجهوا فيه الخطاب الى الشعوب الآسيوية الاسلامية بصفة خاصة ، وأكد ما ورد فيه لكل شعب منها أنه آمن بعد اليوم على حريته التامة فى معتقداته وشعائره وعاداته ومقومات اللغة والعرف بين عشيرته وأهله ، وآذنوه بزوال الحكم القيصرى ، وزوال الحجر والطغيان بزواله الى غير رجعة . وما هو الا أن هدأت الثائرة واستقرت الدولة الجديدة فى مراكزها حتى عادت القيصرية فى أشنع صورها ، وحل الخوف محل الأمان فى كل وعد من وعود الحرية والطمأنينة » (١) .

كذلك نجد الصهيونيين فى أمريكا يستخدمون عبارات نفسية مؤثرة مثل « اعطونا لنعيش »«Give Us To Live»أو أنهم يرسمون طفلا صغيرا يريد الطعام فلا يجده وفى حاجة الى دولار لكى يعيش .

كذلك نجد أن اسرائيل تستخدم وسائل وحشية لتثير فى نفوس الصهيونيين فى العالم حب القتل ضد العرب وبذلك تحفزهم الى التبرع لاسرائيل بالأموال . ومن ذلك عبارة « اعط دولارا لكى تقتل عربيا » ..
«Give A Dollar To Kill An Arab»

١٢ — الدعاية هى التحدث عن الفكرة فى كل مكان :

قال جوبلز ان الدعاية هى التحدث عن الفكرة فى كل مكان حتى فى الترام . فالدعاية لا حدود لها فى تنوعها ومرونة تطبيقها وآثارها . والداعية الكفء هو الرجل الذى يعمل على اقناع الغير ويطبق كافة الطرق بحسب طبيعة الفكرة وطبيعة المستمعين .. ولكن يجب أن يكون هو مؤمنا بالفكرة .

وان الأثر الذى تخلفه الكلمة يؤدى الى طريق الدعاية الجماعية .. والكلمة وسيلة محببة لمثير القلاقل الذى ينتهز أى اجتماع ليبدأ فى الحديث أو الهتاف أو المعارضة(٢) .

---

(١) المرجع : كتاب « الشيوعية اليوم وغدا » تأليف : احمد فؤاد الاهوانى ، حسن سعفان ، زكريا ابراهيم ، عباس محمود العقاد ، عبد الملك عودة ، ، محمد البهى ، محمد فتحى الشنيطى ، محمد عبد الله العربى ، وهيب مسيحه — القاهرة — ص ٤٩ .

(٢) «The Soviets in World Affairs — by: Fisher, Volume 1, Second Edition, Page 50, New York, 1954.

كتاب « السوفييت فى الشئون العالمية » فيشر — الجزء الأول — الطبعة الثانية — صفحة ٥٠ نيويورك — عام ١٩٥٤ .

١٣ ـ استخدام البساطة فى أسلوب الدعاية :

يجب أن تستخدم البساطة فى أسلوب الدعاية وتقسيم المبدأ أو الفكرة الى عدة نقاط ثم يختار الأنسب من ناحية البساطة والوسيلة المناسبة ٠٠ فاما أن تصدر على شكل بيانات أو كتب أو سينما أو تليفزيون ٠٠ الخ ، وبذلك تعرض الفكرة المناسبة بطريقة مناسبة وفى وضوح تام ٠

لذلك فان الثورات الناجحة تستخدم البساطة فى الأسلوب مثل ما وضعته الثورة الفرنسية من شعار لها « مبادىء حقوق الانسان والمواطن » ٠

والماركسية استندت الى « البيان الشيوعى »(١) الذى لخص فيه ماركس وانجلز مبدأهما ٠

كذلك نجد أن الثورة المصرية (٢٣ يوليو ١٩٥٢) بدأت بشعار « الاتحاد والنظام والعمل » ٠ كذلك وضع الرئيس ولسن تصريحه فى ١٢ نقطة ٠

كذلك نجد فى الشعار البسيط من السحر ما يثير العواطف السياسية والحماس مثل « شعب واحد » ٠

كذلك نجد أيضا أنه للتبسيط فى أسلوب الدعاية تستخدم الرموز والحروف الأولى من أسماء الملوك والرموز المصورة مثل الصليب المعقوف والمطرقة وصليب اللورين وحرف V ٠

١٤ ـ دعاية الهدف الواحد أو توحيد الخصم :

يجب أن يكون هناك هدف واحد تعمل الدعاية على الوصول اليه ، لأن كثرة الأهداف تسبب عرقلة فى الوصول اليها ٠

كذلك يجب توحيد الخصم وذلك اما بالسكوت على كل الخصوم ما عدا الأقوى ثم القضاء عليه أو بالقضاء على كل الخصوم الواحد تلو الآخر بسرعة فيبقى فى النهاية خصم واحد ٠

---

(١) «The Reds Take A City», by : G. R. Seruman—First Edition, P. 3 - 10, New York, 1950.

كتاب « الحمر يستولون على مدينة » المؤلف : ج٠ سكرومان ـ الطبعة الأولى ـ صفحة ٣ ـ ١٠ ، نيويورك ـ عام ١٩٥٠ ٠

ولذلك وجدنا هتلر يقول « اننى لا أحارب الطبقة العمالية الماركسية بل بعض اليهود الماركسيين الذين يحركونهم » . وكذلك قوله انه لا يحارب الكنيسة بل جماعة القساوسة المناهضين للدولة .

١٥ ـ أسلوب نقل العدوى :

هو أسلوب شيوعى فى الدعاية . فاننا نجد فى كثير من الأحيان أن الحزب الشيوعى اذا ما وجد مؤامرة أو مشكلة يكرهها الرأى العام فانه يضع كل أعداء الحزب فى سلسلة واحدة ويتهمهم بأنهم سبب المؤامرة .

ولذلك وجدنا هتلر يتهم « اليهودية الدولية » فى كل المؤامرات وذلك حتى يعرف الرأى العام فى نهاية الأمر أن اليهود هم السبب .

هذا الأسلوب قد اتبعه (على) كرم الله وجهه ليلقى كل الاتهامات على معاوية وذلك حينما قام على بين الناس(١) ونادى : يا معاوية ، يكررها ، فقال معاوية : سلوه ما شأنه ؟ قال : أحب أن يظهر لى فأكلمه كلمة واحدة . فبرز معاوية ومعه عمرو بن العاص ، فلما قارباه ، لم يلتفت الى عمرو وقال لمعاوية : ويحك .. علام يقتل الناس بينى وبينك ويضرب بعضهم بعضا ؟ ابرز الى ، فأينا قتل صاحبه فالأمر له ، فالتفت معاوية الى عمرو ، فقال ما ترى يا أبا عبد الله ؟ قال : قد أنصفك الرجل ، واعلم أنك ان تكلمت عنه لم يزل سبة عليك ، وعلى عقبك ما بقى على ظهر الأرض عربى . فقال معاوية : يا بن العاص ، ليس مثلى يخدع عن نفسه ، والله ما بارز ابن أبى طالب شجاع قط الا وسقى الأرض من دمه ، ثم انصرف معاوية راجعا حتى انتهى آخر الصفوف وعمرو معه ، فلما رأى على كرم الله وجهه ذلك ضحك وعاد الى موقفه .

١٦ ـ أسلوب التضخيم والتهويل :

يعتبر هذا الأسلوب من مظاهر العصر الحديث فاننا نجد الصحف تظهر بعناوين ضخمة وتكبر وتضخم الخبر حتى يمكن أن يراه الجميع .

وقد قال هتلر فى « كفاحى » انه يجب على كل دعاية أن تقيم مستواها الفكرى بحسب قوة ادراك أغبى الذين توجه اليهم ولذلك سوف يكون مستواها

---

(١) كتاب « شرح البلاغة » لابن ابى الحديد ـ تحقيق : محمد أبو الفضل ابراهيم ـ الجزء الخامس ـ الطبعة الاولى ـ صفحة ٢١٧ ، ٢١٨ ـ القاهرة ـ عام ١٩٥٩ .

الفكرى منحطا بقدر ارتفاع عدد الرجال الذين يجب اقناعهم · ولذلك يجب مخاطبة الجماهير بلغة الجماهير ·

وفى رأينا ـ فى هـذا الصدد ـ أن قاعـدة التضخيم والتهويل يجب أن تستخدم عندما نجد خطر الحرب يطل علينا فيلزم فى الحال توضيح هذا الخطر حتى يشعر الجميع به ·

كذلك يجب على المدارس أن تقوم بتضخيم نتائج الحروب من ناحية المآسى حتى تكون عبرة لمن يعتبر · وبذلك نخلق جيلا فى العالم يكره الحروب ويميل للسلام العالمى ·

١٧ ـ أسلوب الأفكار القليلة والتكرار الكثير :

يجب أن تستخدم الدعاية بأفكار قليلة مع العمل على كثرة ترديدها · وقد قال جوبلز « اذا كانت الكنيسة الكاثوليكية صـامدة فذلك لأنها تكرر الشىء نفسه منذ ألفى سـنة ··· ويجب على الدولة الاشتراكية الوطنية أن تحـذو حـذوها » ·

وبهذه الوسيلة أمكن لجوبلز أن يجعل الحكم النازى فى داخل البلاد مستقرا لأن أفكار الدعاية كانت قليلة ويرددها كثيرا ·

ولذلك وجدنا كليمنصو يطبق هذا الأسلوب حينما تتضمن كل خطبة من خطبه عبارة تقول « اننى أحارب » كذلك كان يفعل حينما يختم كل خطبة له بعبارته المشهورة « يجب تدمير قرطاجنة » ·

وكان ونستون تشرشل فى الحرب العالمية الثانية يرسل فى برقياته لستالين بأفكار قليلة باستمرار(١) ··· مثال ذلك ما يلى :

---

(١) «Correspondence Between the Chairman of the Council of Ministeres of the Soviet Union and the Presidents of the U.S.A. and the Prime Ministers of Geat Britain During the Great Patriotic War of 1941-1945». Page 85, Moscow, 1957.

المرجع : المراسـلات بين رئيس مجلس وزراء اتحـاد الجمهوريات السوفييتية الاشتراكيـة ورؤساء الولايات المتحدة الامريكية ورؤساء وزارات بريطانيا العظمى خلال الحرب الوطنية الكبرى من ١٩٤١ ـ ١٩٤٥ ـ موسكو صفحة ٨٥ ـ عام ١٩٥٧ ·

برقية شخصية وسرية للغاية من رئيس الوزراء ونستون تشرشل الى ستالين :

« لقد أسقطنا ١٤٢ طنا من القنابل الشديدة الانفجار و٢١٨ طنا من القنابل المحرقة على برلين الليلة الماضية ـ ١٧ يناير سنة ١٩٤٣ ٠

كذلك قال العالم الرياضى(١) لاجرانج La Grange ان الماسونية ديانة لم تنجح ٠

١٨ ـ أسلوب انتهاز الفرصة أو المفاجأة :

يلزم انتهاز الفرصة بأسرع ما يمكن سواء أكانت هذه الفرصة خبرا أم مقالة أم حديثا أم حادثا وبذلك توضع خطة دعاية بأسرع ما يمكن ٠ وهذا الأسلوب هو أنجح الأساليب الدعائية لأن الرأى العام يتأثر مباشرة بذكاء واضع خطة الدعاية وبأسلوبه المفاجىء ٠

١٩ ـ أسلوب اشعاع « مركز الدائرة » :

يستخدم هذا الأسلوب حينما نريد أن نحصل على التجاوب بخصوص موضوع معين ٠ فأولا يجب أن نلاحظ أن هدف الحملة يتفق تماما مع الرغبة الواعية لما يجيش فى صدور الجماهير واذا ما تأكدنا من ذلك نعمل على توسيع الدائرة بحملة منظمة ٠ ويجب فى البداية أن تتعلق بحديث هام ثم تنمو تدريجيا سواء بالاجتماعات أو المظاهرات أو جمع التوقيعات حتى تنتهى الى مظاهرة ضخمة ٠ وهذا الأسلوب فى الدعاية ناجح جدا اذا ما عملنا على تغذية الحملة وتوسيع مداها ودائرتها باستمرار ، فمثلا يقول خبراء الدعاية الشيوعية انه يجب أن تنشر الدعاية باستمرار فضائح وحججا جديدة بسرعة فائقة بحيث أن الخصم لو حاول أن يرد عليها فانه سيجد الرأى العام قد اقتنع بها تماما ٠ وبذلك لن تتمكن ردود الخصم من متابعة سيل الاتهامات الجارف ٠

وقد كانت حملة الدعاية التى نفذت فى قضية درايفوس قوية جدا وافتتحت بشكل بارع بمنشور « زولا » وقد نمت وزادت فى انسجام وتناسق حتى أمكن التأثير على الرأى العام كله ٠

وكانت الحملات النازية تسير على هذا الأسلوب ٠ وقد تمثل جوبلز بالتقليد البسماركى وحصل بطريق الاكراه على «صندوق الأفعى» الشهير ـ أى على عبودية

---

(١) كتاب « هذه هى الماسونية » تاليف : ر٠ فورستيه R. Foristeah ترجمة : بهيج شعبان ـ ص ٩ ـ بيروت عام ١٩٥٨ ٠

الصحافة ـ فكانت نغمات الأوركسترا للدعاية يتفق بعضها مع البعض فى كل قطعة دعاية يكتبها جوبلز · ولنضرب لذلك مثلا الحملة التى أعدت لغزو تشيكوسلوفاكيا وبولونيا ، فقد بدأت صحافة الحدود بنشر معلومات عن الفظائع التى كانت تتحملها الأقليات الألمانية ثم اتسعت الدائرة بأن تناولت الصحف الأخرى هذه الأنباء كأنها روايات صادرة من مصادر مختلفة وأضفت عليها مظهرا اضافيا من الصحة ـ وهكذا حتى تم اقناع الرأى العام ·

٢٠ ـ أسلوب « الشريك البائع » :

هذا الأسلوب فى الدعاية مستنبط من دهاء البائع المتجول الذى يمتدح أحد العملاء سلعته وما هو فى الوقع الا شريك مخادع · ويتبع هذا الأسلوب حينما تريد حكومة ما أن تمتدح عملها فتلجأ الى جريدة فى دولة أجنبية وتكون هذه الجريدة تابعة لرجل الدعاية فى الحكومة الأولى ·· وتبدأ الجريدة تكتب المديح المطلوب للحكومة وما على الداعية الا أن ينقل ما جاء فى هذه الجريدة فى صحيفته واذاعته باعتبار أن الجريدة مصدر محايد خارجى ·

ومن أنواع هذا الأسلوب التى تأتى بنتائج حاسمة أن تكون هذه الجريدة أو الشخصية الكبيرة فى دولة معادية ثم يردد الداعية قول الجريدة أو تصريحات الشخصية الكبيرة باعتبار أن قول الأعداء هو قول الحق فى هذا الموضوع ويؤيد وجهة النظر المنشودة ·

٢١ ـ أسلوب « منطاد الاختبار » أو « جس نبض الرأى العام » :

استنبط هذا الأسلوب من استخدام العلماء منطاد الاختبار دائما لاجراء تجاربهم العلمية قبل اجراء العمل النهائى ·

٢٢ ـ أسلوب التغيير المستمر :

يجب ألا تكون الدعاية على وتيرة واحدة بل يجب أن تتغير باستمرار · وفى ذلك قال العلامة دانيل ليرنر :(١)

---

(١) «The Passing of Traditional Society: Modernizing the Middle East» by: Daniel Lerner, with the collaboration of Lucille W. Pevsner and an introdution by David Riesman». Page 47, Illinois, 1958.

كتاب « تطور المجتمع التقليدى » تمدين الشرق الأوسط ـ تأليف : دانيل ليرنر بالاشتراك مع لوسيل بفسنر ومقدمة بقلم دافيد ريزمان ـ صفحة ٤٧ ـ الينوى ـ عام ١٩٥٨ ·

« لقد طبع الناس فى المدنية الغربية على تقبل فكرة التغيير والانسياق وراء مختلف سجاياها ٠ وقد وجد الرجال العاديون فى الغرب أنفسهم منذ عصور عديدة ، غير مقيدين بأرض بلادهم ومن ثم وجدوا أنفسهم أحرارا فى الحركة ومنذ أن انتقلوا زرافات من القرى الى المدن ومن الحقول الى المصانع أصبحوا شغوفين بحكم خبرتهم المباشرة بفكرة التغيير » ٠

هذا الأسلوب يقال عنه « جس نبض الرأى العام »(١) وفيه يكلف الداعية أحد الكتاب أو الملقين أو الصحفيين بأن يحرر تعليقا فى الاذاعة أو يكتب مقالة فى الصحف ، وعلى هدى تأثر الرأى العام توجه الدعاية ٠ فاذا ثار الرأى العام على هذا الرأى الذى أذاعه الكاتب فما على الحكومة الا أن تعاقب الكاتب أو تنتقده فى بيان أو تصريح رسمى ٠

أما اذا كان رد الفعل مرضيا فان الدعاية تبدأ عملها بأن تسعى الى نشر ما قاله هذا الكاتب ٠

٢٢ ـ أسلوب الاستهلاك المحلى والاستهلاك الخارجى :

تعمد الدعاية فى كثير من الأحيان الى أن تعلن أخبارا داخل البلاد لا تذيعها فى الخارج وذلك للاستهلاك المحلى أو تعمل على عكس ذلك ٠ وكان جوبلز يستخدم صحيفة (فرانكفورتر تسيتونج) فى ألمانيا لكل المواضيع التى يريد أن تستهلك محليا ٠

أما فى الاستهلاك الخارجى فيتبع هذا الأسلوب لارضاء الرأى العام الخارجى ٠

وعلى العموم فاننا نجد أنجوبلز كان ماهرا فى أسلوب الاستهلاك المحلى والاستهلاك الخارجى ، بل انه قسم دعايته بناء على هذا الأسلوب ، وان كان يستخدم الجهاز بأكمله من أجل أسلوب الاستهلاك الكلى وقد لاحظنا فى كثير من الأحيان أن الاشاعة التى يطلقها جوبلز فى برلين كانت تصل بعد يومين الى

---

(١) «The Making of Public Opinion» by: S. Bougades. Page 226, 1950.

المرجع : كتاب « تكوين الرأى العام » المؤلف : ى٠ بوجادس ـ صفحة ٢٢٦ عام ١٩٥٠ ٠

المدن الأمريكية وتعود فى اليوم الخامس الى برلين فى شكل معتدل • وكان يتبع هذا الأسلوب ـ أى الاستهلاك الكلى ـ بطريقة خاصة ليفسر ما لم يكن فى وسعه تفسيره رسميا •

٢٣ ـ الأسلوب السرى :

وقد يجد الداعية نفسه مضطرا أن ينشر أخبارا بدون أن تنسب الى الحكومة رسميا بغرض توجيه الرأى العام ، حتى لا تلقى على الحكومة رسميا مسئولية هذه الأخبار •

وكان لدى جوبلز جهاز سرى للدعاية فاذا أراد نشر أى أخبار فانه كان يعمد فى الحال الى توزيع هذه الأخبار • وقد روى جوبلز فى مذكراته الخاصة ما اعتراه من ارتباك بشأن « الخطر الأصفر » ولم يكن للدعاية الألمانية أن تعالج هذا الموضوع علنا والا تعرض المحور للانقسام •

وكان يجب اذن « العدول عن ايضاح الأمور علنا » ومحاولة نشر دوافعها الحقيقية بين الشعب بطريق الدعاية الشفوية ، لذلك عنى جوبلز بأن ينشر من « وراء الستار » أنباء عن عزم الحكومة على تخفيض المخصصات الغذائية دون أن تنسب للحكومة فى تصريح رسمى حتى يتجنب صدمة الشعب التى قد تعود بالضرر على الروح المعنوية العامة ، وتعرقل آثار الدعاية القائمة بشأن زيادة الانتاج •

٢٤ ـ أسلوب الصمت :

من القواعد المعروفة فى الدعاية أن الدعاية لا تناقض نفسها. فاذا أصدر العدو بيانا رسميا فند فيه خطأ لنا وقعنا فيه فى الدعاية فيجب فى هذه الحالة أن نتبع أسلوب الصمت فان بيان العدو الرسمى سوف ينسى بعد حين أما اذا أخذنا فى الرد عليه بالرغم من أننا كنا على خطأ فاننا بذلك نعطى العدو سلاحا جديدا ليشهر بنا • وقد لاحظ و• هاجمان الذى أحصى توجيهات جوبلز جميعها للصحف أن تلك التوجيهات بلغ عددها خمسين ألف توجيه وأن ربعهـا كان عبارة عن أوامر باتباع أسلوب الصمت •

٢٥ ـ أسلوب تحويل الأنظار :

كان أستاذ هذا الأسلوب هو هتلر نفسه فانه كان فى كل خطبه يلجأ الى خلق موضوع جديد فى الدعاية لتحويل أنظار العدو الى موضوع جديد .

وقد قام جوبلز فى عام ١٩٣٥ حينما كانت اضطهادات اليهود تثير الرأى العام بحملة فى الصحف الألمانية ضد اضطهاد الانجليز للكاثوليك الايرلنديين . وتحويل الأنظار أسلوب مستحب فى دعاية الحرب ويعتبر جوبلز أحد كبار أساتذة هذه الأسلوب .

وكان جوبلز صحفيا وعضوا فى البرلمان ، فكان يهاجم خصومه فى عنف فى الصحف فى ظل الحصانة البرلمانية ولما رفعت عنه الحصانة قدم للمحاكمة بتهمة التشهير . ولم يكن فى وسعه انكار الوقائع ولذلك فانه اتبع أسلوب تحويل الأنظار ، فألقى خطابا عنيفا شتم فيه القضاء ورجال النيابة فصعقت المحكمة وحكمت عليه بغرامة ٢٠٠ مارك لاهانته لها وتغاضت عن موضوع القضية .

٢٦ ـ أسلوب مخاطبة الناس على قدر عقولهم :

كان أستاذ هذا الأسلوب هتلر نفسه فانه كان فى كل خطبه يتبع أسلوب مخاطبة الجماهير على قدر عقولهم . فاذا وجد فى اجتماع ما أن الغالبية من الفلاحين أو العمال فانه يبدأ فورا بمخاطبتهم عن مشاكلهم وبطريقة محببة الى نفوسهم ، كما كان أمام رفاقه القدامى يذكر بطولة كفاح الماضى ، وأمام النساء يتحدث عن دور المرأة كأمهات ألمانيات .

كذلك كان نابليون يتحدث باللغة المناسبة لقواته ، فحينما وصل الى أهرام الجيزة قال لجنوده : « ان أربعين قرنا تنظر اليكم » ، كذلك حاول أن يخاطب الشعب المصرى بلغته العربية فأحضر معه مطبعة لكى يطبع منشوراته وخطبه باللغة العربية .

كذلك استعان هتلر بمفتى القدس لكى يذكر للعرب مساوىء الانجليز ، وما ارتكبوا من جرائم استعمارية .

٢٧ ـ أسلوب مسايرة الرأى العام (نقل دم) :

ان هذا الأسلوب حيوى جدا ويجب أن يتبعه كل خطيب يريد لخطبه النجاح وكل داعية يريد لدعايته الفلاح فلا يمكن فرض أية فكرة فى أى وقت

على الجماهير من لا شيء ، وهنا كتب وولتر ليبمان(١) فى كتاب « الرأى العام » يقول : « يتجه الزعيم السياسى أولا الى الشعور المسيطر على الجماهير .. فالمهم ربط البرنامج المعروض بالموقف الذى أظهرته الجماهير أصلا ·· وذلك عن طريق الخطابة وترابط العواطف » ·

ونحن نلاحظ الآن أن اهتمام داعية العصر الحديث ينحصر فى معرفة أذواق الجمهور واستغلالها ·

فالداعية هو البائع والجمهور هو المشترى ·· لذلك يجب على البائع أن يتعرف على أذواق المشترين ··

وقد استخدم هتلر جميع الأساطير الجرمانية القديمة وجميع الأحقاد التى ولدتها الهزيمة واستغلها فى دعايته · كما حاول الألمان أن يبعثوا فى فرنسا العداوة القديمة ضد الانجليز (جان دارك ونابليون) ومن البعد عن الصواب الاعتقاد بأن الدعاية هى أداة لتوجيه الجماهير أية وجهة كانت ·

٢٨ ـ الاهتمام بالدوافع الفردية :

هناك دوافع فردية مثل الشهية ، وقوة النجاح ، والملكية واستغلال الثروة والجمال والنظافة والصحة والراحة واللعب واتقاء الخوف ·· وهناك دوافع اجتماعية مثل الشهرة والزواج والمنافسة والسيطرة والموافقة والامتياز والعشرة والكرم والتعاون والمشاركة ·

وهناك دوافع موضوعية مثل الحجم والنوع ومظهر الجمال والثمن والاحترام والتزكيات والشهادات ·· لذلك يجب على الداعية أن يعمل باستمرار على الاستفادة منها ··

٢٩ ـ استخدام العوامل النفسية :

ان من أهم ضروب الاستخدام الفنى للدعاية والاعلام حسن استخدام العوامل النفسية ·· فلا يمكن لدعاية أن تنجح اذا لم يعرف الداعية ميول واتجاهات

---

(١) «American Journalism» by : Frank Matt. Page 760 - 790 1950.

المرجع : « الصحافة الامريكية » ـ المؤلف : فرانك مات ـ صفحة ٧٦٠ ـ ٧٩٠ عام ١٩٥٠ ·

الرأى العام .. كذلك مدى الاستجابات الشخصية عند الأفراد لهذه الدعاية ، وكذلك مدى او تأثير هذه الاستجابات لوسائل الدعاية .

خطة الدعاية المضادة

يجب أن تكون خطة الدعاية المضادة مبنية على سبعة مبادىء رئيسية :

المبدأ الأول ـ تحديد أفكار العدو :

اذا عرفنا العناصر القوية لدعاية العدو أمكننا أن نعزلها ونقسمها حسب درجة أهميتها(١) وبذلك يسهل دحض أفكار العدو . كذلك يجب أن نبعد عن هذه الأفكار قالبها اللفظى الرمزى المؤثر فى العاطفة ، وبذلك يمكن مهاجمتها واحدة تلو الأخرى ، ونجد فيها التناقض بين الواحدة والثانية .

المبدأ الثانى ـ مهاجمة النقط الضعيفة فى دعاية العدو :

يجب اكتشاف نقط الضعف ومهاجمتها بقوة .

المبدأ الثالث ـ لا تجابه دعاية العدو وهى فى أشد قوتها :

قال العلامة بول كانتان Pol Quentin (٢) ان سبب فشل كل دعاية أنها تهاجم دعاية العدو وهى فى عنفوانها .

---

(١) «Communication and Propaganda» by ; Lassewell. Page 15, New York, 1958.

المرجع : وصف محتويات الاتصالات فى الدعاية ـ الاتصال والراى العام ـ المؤلف لاسويل ـ صفحة ١٥ نيويورك عام ١٩٥٨ .

(٢) « La Propagande Politique une technique nouvelle » Pol Quentin, P. 51, Paris, 1943.

المرجع : «ـالدعاية السياسية فن جديد » المؤلف : بول كانتان ـ صفحة ٥١ ـ باريس ـ عام ١٩٤٣ .

المبدأ الرابع ـ رد على دعاية العدو بالوقائع :

أن الحجة والمنطق الشخصى أقوى من المنطق العقلى لأن تحويل الأنظار الى الأشخاص هو سلاح كلاسيكى يستخدم فى المناورات الحزبية فى البرلمانات والصحف • ولذلك يجب جعل العدو فى موقف الدفاع دائما لأن المدافع دائما أقل احتراما من المهاجم •

المبدأ الخامس ـ مهاجمة العدو والتهوين من شأنه :

ان الارقام والحقائق والوقائع هى أقوى الحجج للرد على دعاية العدو •

المبدأ السادس ـ اهزأ من العدو :

ان مهاجمة الأسلوب واذاعة « النكت » والقصص الهزلية والمضحكات ؛ كل ذلك يسبب أرقا للعدو •

وقد يكون تأثير « النكتة » أقوى من تأثير ألف خطاب •

المبدأ السابع ـ يجب أن تكون معنا المبادأة :

ان المبادأة تعطى تأثيرا نفسانيا وماديا قويا لدى رجل الدعاية وكذلك فى الرأى العام الذى توجه اليه الدعاية •

الفصل التاسع

الدعاية تتخذ شكلا علميا

أولا ــ الدعاية التجارية Commercial Propaganda :

لقد غدت الدعاية التجارية تلعب دورا حاسما فى الحياة الاقتصادية وتعيرها الشركات والمؤسسات والدول والأفراد عناية كبيرة لخطورة الآثار التى تترتب على حسن استغلالها ٠

وأكثر ما يستخدم الاعلان فى الدول الغربية للأغراض الاقتصادية دون سواها أى بغية اكتساب الأرباح المالية ، لذلك تنفق دول الاقتصاد الغربى أموالا طائلة فى الاعلان بشتى الوسائل لتحقيق غرضها منه ٠

ويلاحظ أن الدعاية التجارية تعتمد أساسا على المهارة فى طرق البيع والاعلان ، والفارق بينهما هو الاتصال بالأفراد أو الاتصال بالجماعات ٠

وأهم من ذلك الاتصال الشخصى الذى يتوقف على شخصية رجل الدعاية وقدرته على الاقناع ، فينبغى أن يكون البائع ساحر الشخصية لحوحا بلباقة قادرا على الجدل ٠ أما الاعلان فى الصحف واللافتات والمنشورات والتليفزيون والاذاعة فيجب أن يؤدى الى اجتذاب عواطف الجماهير لا تفكيرها ٠

ثانيا ــ الاعلان Advertising :

الاعلان من الأمور التى يدق فهمها على أذهان الكثيرين بسبب التداخل بين معنى الاعلان وبين الدعاية ، اذ لم يكن هناك حتى العصر الحديث ما يميزهما تقريبا ٠

لهذا يجب أن نميز بين النوعين ، واذا أردنا أن نصل الى فيصل التفرقة على وجه التقريب قلنا ان الدعاية هى فن التأثير على الجماهير لاستمالتهم نحو هدف

سياسي أو أدبي وليس هدفا تجاريا ، ومن هذا نرى أن الدعاية تستهدف التأثير على سلوك الفرد ، لمحاولة اقناعه بعقيدة معينة أو فلسفة خاصة •

ووجه الدقة يتضح في أن الدعاية تسترشـد أحيانا بما أحرزه الاعلان من ضروب النجاح فتطبق نظما تعتقد أنها تحلو للجماهير ولا تفترق في بعض صورها عن الاعـلان فدعاية قيصر وشرلمـان ولويس الرابع عشر كانت لونا من ألوان الاعلان الشخصي •

لذلك قيل « اذا كان القرن العشرون يوصف بحق بأنه قرن انتشار الاعلان، فانه ورث فرصة قيمة لتشجيع هذا الاتجاه من القرن المنقضى »(١) •

أما الاعلان فانه يستهدف اغراء المستهلك باقتناء سلعة معينة وتفضيلها على ما عداها • ولقد استطاع الاعلان أن يرتفع الى مسـتوى التطور ، فلم يلجأ الى الوسائل المكشوفة ، وانما غدا يلتمس سبل الايحاء والتأثير غير المباشر ، ولذلك أصبحت الشعارات ، والصور الأخـاذة ، والتكرار من السـمات المميزة للفن الاعلاني ، فلم يعد الاعلان اخبارا ، وانما تطعم الفن الاعلاني بالابحـاث العلمية السيكولوجية والفسيولوجية ، والتحليلات النفسية مستغلا كل الغرائز والميول الفطرية عند الانسان •

لذلك ينبغي على المعلنين الذين يرغبون في معرفة كنه الجمهور الذين هم بسبيل ملاقاته أن يعتمدوا على ادارات أبحاث الآخرين(٢)

---

(١) «There is a Tide» by : G. H. Saxon Mills P. 19, London, 1954, First Edition.

« هناك تيار جارف » ـ تاليف ج• هـ• ساكسون ملز ـ صفحة ١٩ ـ لندن الطبعة الاولى عام ١٩٥٤ •

(٢) «Madison Avenue U. S. A.» by : Martin Mayer, Page 194, London, 1958.

طريق ماديسون ، الولايات المتحدة الأمريكية » تاليف : مارتن ماير ـ صفحة ١٩٤ ـ لندن عام ١٩٥٨ الطبعة الاولى •

ولهذا أصبح الاعلان على أعتاب تطور جديد يضفى عليه ما يجعله علما قائما بذاته • ولقد كانت نتيجة هذا التطوز فى الاعلان أنه أمكن السيطرة فى كثير من الأحيان على ميول وحواس الشخص وفرض نوع معين من السلع عليه ، بل أكثر من ذلك ، أصبح فى وسع الفن الاعلانى أن يفرض على الشخص أفكارا يعتقد أنها نابعة منه شخصيا ، وما الحملات الانتخابية والاستعراضات المصحوبة بالموسيقى وغيرها من وسائل الاغراء الا أمثلة على هذا الذى قدمناه •

وقلما يوجد اليوم أدنى شك فى أن الصورة تستطيع خلق قوة مشـوقة عالية ، وبجانب ذلك فهى تساعد على الايضاح ، كما أنها عون للذاكرة(١) •

ثالثا ـ التعليم Instruction

اذا كانت الدعاية تلاحق الفرد بوسائل التأثير المختلفة والايحاءات المتعددة حتى تستميله الى وجهة نظر خاصة ، بصرف النظر عن سلامتها او عدم سلامتها فان التعليم يحاول أن يطبع الفرد بطابع الاستقلال فى حكمه على الأشياء وعن طريق الاستقرار والاستنباط ، وان شئنا بتعبير أدق قلنا ان التعليم هو عملية تنشئة اجتماعية •

ويرى الأستاذ ريتشـارد س• لامبرت Richard Lampert فى كتابه المسمى « الدعـاية » أن الخط الفاصل بين التعليم والدعاية يصعب رسـمه الى الدرجة القصوى ، أى بدقة شديدة •

وهذه الحقيقة التى يقررها لامبرت تحتم علينا أن نزيل ما قد يغشى البصر حول الفوارق بين التعليم والدعاية ، لأن البعض يتوهم خطأ أن ثمة تناقضا بين التعليم والدعاية • والواقع أن التعليم فى حقيقته يمكن أن يكون نوعا متساميا من الدعاية يستهدف مصلحة المجتمع وخير المواطنين ، ذلك أن التعليم والدعاية يلتقيان سويا عند الهدف الذى يسعى كل منهما الى تحقيقه فى محيطه الخاص وان اختلفت بعد ذلك الأساليب • فالتعليم فى سعيه المتواصل انما يهدف الى طبع الأفراد بطابع خاص يؤدى بهم الى نوع معين من السـلوك يطابق تقاليـد

---

(١) « Applied Psychology for Advertisers » by: A. P. Braddock, Page 91, London, 1933.

استجابة المعلنين للطرق السيكولوجية • تأليف : أ• ب• برادوك ـ لندن صفحة ٩١ ـ عام ١٩٣٣ •

المجتمع ويتمشى مع روحه حتى يستطيع الفرد مع الزمن أن يكون ذا رأى خاص فى حكمه على الاشياء دون تحيز أو محاباة ·

فالتعليم نوع من الدعاية على درجة من السمو والرقى ، يستهدف الصالح العام ويربأ عن المصالح التجارية والاغراض الخاصة ·

ومع ذلك يجب أن نصطنع الحذر ، ذلك أن ستار التربية قد يحجب عن أنظارنا الكثير من المبادىء الأخلاقية والدينية والسياسية التى تفتقر الى السلامة والبراءة · ولعل هذه المخاوف تتجلى بصورة خاصة فى تربية الأطفال فقد يتسرب الكثير من صور الدعاية الدينية الى مناهج التعليم فى المدارس غير الطائفية ، وان تكن غير ملموسة ولا ظاهرة للعيان · وهذا على نقيض ما يحدث فى المدارس الطائفية التى تشترط فى أعضاء التدريس فيها مؤهلات دينيـة خاصة تتلاءم وأغراضها الخاصة ، ومثل هذه المدارس تحرم غالبا من معونة الحكومة التى تفرق بين الدين والدولة ــ أى العلمانية ــ اذ أن مثل هذه الدولة لا تشترط فى أعضاء التدريس الا المؤهلات التربوية فحسب ·

ولعلنا هنا فى أفريقيا ندرك أكثر من غيرنا خطورة مثل هـذه المدارس التبشيرية التى تتخذ الدين ستارا لأغراض أخرى استعمارية وبعيدة عن الدين ، لكى تكون طليعة لغزو عسـكرى أو استعمارى اقتصادى لا سـيما فى أواسط أفريقيا ·

والحقيقة التى لا تخفى هى أن برامج المدارس الوطنية تنطوى على قدر كبير من الدعاية اذ أنها تحـاول جهدها أن تغرس احترام شـخصية رئيس الدولة والتقاليد ونظام الحكم فى نفوس الناشئة وان تكن المعلومات التى تفيض بها الكتب المدرسية لا تواكب ركب التطور وتتخلف عن الاختراعات المستحدثة ·

الرمز فى اللغة :

ان اللغة تعتبر احدى الركائز التى تقوم عليها الدعاية والاعلام لأنها الأداة التى يستطيع بها الأفراد أن يتفاهموا ويتعـارفوا ، وهى لذلك تعتبر من أكثر الأشكال الرمزية استفادة من سنة التطور ، وأكثر هذه الأشكال أيضا حساسية وصعوبة ·

ومن الأهمية بمكان أن نلفت الأنظار الى الدور الدعائى والاعلامى الخطير الذى تقوم به الامتحانات ، فما دام التلاميذ يحاولون جهدهم أن يتملقوا عواطف الممتحن ، ويستدروا عطفه ، وذلك بالاجابة على الأسئلة اجابة يؤملون ويهدفون الى أن تحوز أعجاب المدرس ، وما دام المدرسون الذين يكون بيدهم أزمة الامتحانات من ذوى الخبرة المسنين ، فان النتيجة الحتمية لهذا ، هى أن هؤلاء المدرسين سوف ينزلون عند منطق التقاليد والاتجاهات التى تسود المجتمع والتى يظنون أنهم قوامون على الحفاظ عليها ، حتى لو كانت هذه الأمور محل نظر وعليها أكثر من اعتراض • كذلك نلاحظ أن المدرسة الخاصة (كما تسمى فى انجلترا) تقوم بدور آخر فى هذا الصدد اذ أنها تتبنى الاتجاهات وأساليب الحياة وأنواع السلوك التى تروقها والتى ترى أنها محبوبة بالنسبة لبعض أفراد الطبقة المتوسطة أو الراقية • وهى من أجل ذلك تقيم الحواجز والسدود بين أولئك الذين يتحملون أعباء تعليمهم ، وأولئك الذين تحمل عنهم الدولة هذا العبء • ومن أساليبها الخاصة طبع الأفراد بطابع رهبانى عن طريق المعلومات الجنسية الموجهة ، التى تهدف من ورائها الى كبح جماح الغريزة ، وكذلك بالرياضة المفتعلة •

أوجه الشبه بين التعليم والدعاية :

لعلنا بعد هذا الاستعراض لطبيعة كل من الدعاية والتعليم نستطيع أن نستخلص بعض أوجه الشبه بين النوعين ، وأول هذه الأوجه أن كلا من الأمرين عملية تلقين لها نفس الوسائل والمقومات من طالب علم ، وملقن ومادة ووسيط • والوجه الثانى أن اللغة تشكل عنصرا هاما فى الأمرين ولذلك يقول أمريكى بشركة أرامكو العربية(١) : « لا يهمنى من تكون فى الشرق الأوسط فستكون شخصا ثانويا ما دمت لا تعرف العربية » •

كذلك من أوجه الشبه بين الأمرين أن كلا من الدعاية والتعليم يتخذ كوسيلة لاحراز غرض ما ونشر مبدأ أو هدف •

---

(١) Desert Enterprise» by: David H. Finnie, Page 190, Massachuetts, 1958.

المرجع : كتاب « مشاريع الصحراء » تاليف دافيد فينى ـ ص ١٩ ـ عام ١٩٥٨ • ماساشوستس •

وفيما عدا هذا تظل بعض الفروق بين الدعاية والتعليم ، فالتعليم يهدف من وراء تلقين الطالب للمعلومات الى أن يكسبه القدرة على أن يصدر حكما مستقلا وذلك بالمعلومات المنزهة عن الغرض والهوى ، أما الدعاية ، وان تكن معلوماتها صحيحة ، الا أنها معلومات موجهة ومعدة بوسائل تترك أثرها فى الفكرة أو الرأى الذى يتكون عند الشخص بصورة تخدم الهدف الذى يتوخاه رجل الدعاية ·

كذلك فان التعليم يفترق عن الدعاية فى أن الأول يتمشى مع التاريخ الاجتماعى والتراث القومى والتقاليد التى تسود فى المجتمع ، حتى يسلم من التناقض فى المستقبل ولذلك فان ثمرة التعليم لا تظهر الا فى المدى الطويل الذى يتناسب مع عمر الفرد ، وبينما الدعاية تستعجل الثمرات كما يقول « لاسكى » فان التعليم لا يتعجلها ··

الدعاية تهدف الى تحقيق ما يجب أن يفكر فيه الفرد ، بينما يهدف التعليم الى الكيفية التى يفكر بها الفرد ··

ولهذا بتنا نؤمن أن التعليم يحسن استغلاله كوسيلة من وسائل الاعلام حتى نستطيع أن نحرز ما رسمناه من أهداف تتبلور فى الاستقرار الداخلى والسلام العالمى ، ولن يتحقق ذلك الا اذا استهدفته السياسة التعليمية · فمثلا كان الفارسيون والهنود فى طليعة الشعوب الأعجمية التى تعلمت اللغة العربية وجعلت من الكتابة العربية وسيلة لاداء ما يكتبونه من لغاتهم لأنهم كانوا أسبق الى اعتناق الاسلام من سواهم ولذلك وجدنا التفاهم بواسطة اللغة ساعد مساعدة كبيرة فى تحقيق السلام والاستقرار(١) ··

رابعا ــ الثقافة Culture :

وكما رأينا أن الدعاية اتفقت مع التعليم فى بعض المظاهر والوسائل واختلفت معه فى بعضها الآخر ، كذلك شأن الدعاية مع الثقافة · فكلا الأمرين يستهدف التأثير على موقف الكائن البشرى ودفعه فى طريق تنتهى به الى التصرف على نحو معين · غير أن الثقافة تستهدف التكوين المعنوى للكائن البشرى ، بينما الدعاية تستهدف الاخضاع والتأثير ··

والثقافة نمط من العيش والفكر تسير عليه الجماعة ، ذلك النمط الذى يختلف من جماعة الى جماعة ، والذى تعتبر معرفته أساسية حتى يمكن للدعاية

---

(١) المرجع : كتاب « أطوار الثقافة والفكر فى ظلال العروبة والاسلام » الجزء الاول تاليف : على الجندى · الطبعة الاولى · صفحة ٤١٨ · القاهرة عام ١٩٥٩ ·

أن تقف على منافذ التأثير التى تنفذ منها الى هذه الجماعة أو تلك · ولأن الثقافة تمثل نمطا خاصا من المعيشة والفكر والسلوك عند الجماعة ، رأينا أغلب علماء الاجتماع يميلون الى الاعتقاد بالحقيقة القائلة بأن الحضارة هى الثقافة ولا فارق بين الاثنتين ·

والدعاية من أجل هذا شديدة الميل الى استغلال الوان الثقافة المختلفة لتحقيق أغراضها كالقصة المسرحية والاقصوصة اذ يمكن لكل لون من هذه الألوان أن يكون مرتعا خصبا لرجل الدعاية الذى يتخذها وسائل للتأثير على الجماهير لا سيما الأقصوصة بوصفها أخف ألوان الثقافة ، وأقرب الوان الأدب الى الطبيعة البشرية البسيطة ، لأنها تعبير عن الحقيقة القائلة « ان خير الكلام ما قل ودل » · لذلك لا نعجب من انتشار هذا اللون من الأدب سواء فى الكتب السماوية أو فى الأوساط الشعبية أو حتى بين الأسرة فى أشكال مختلفة وألوان متعددة(١) .وقلما يسلم رواد المسرحية أو قراء القصة من تأثير ضروب البلاغة ، وصنوف الفصاحة التى يعظم ضغطها على العواطف واستدرارها لرضاء الشخص وحيازة قبوله ، ونادرا ما يستطيع الشخص أن يسلم من هذا التأثير ويحكم حكما منطقيا منزها ، وهذا على كل حال أمر يختلف باختلاف المؤلفين والكتاب الذين ينحو كل منهم منحى خاصا به ··

ولعل الثورة البلشفية الروسية مدينة لفريق من الكتاب الذين ألهبوا خواطر الناس بكتاباتهم التى تضمنت غمزا ولمزا حينا ، وهجوما سافرا أحيانا ، ضد النظام الاقطاعى والقيصرى والظلم الاجتماعى ، ومثل هذا النوع من التراث الفكرى لا يخرج عن كونه دعاية أفضت الى الثورة البلشفية ، ولذلك عندما استشعرت الحكومات خطر الثقافة لم تجد مناصا من فرض الرقابة عليها ··

وفى رأينا أن الفارق الأساسى الذى يفصل بين الدعاية والثقافة هو أن الأديب أو الفنان اذا دق على أوتار العقل والمنطق كان مثقفا ، أما اذا أثار الغرائز كان داعية · ومع ذلك فقد استخدمت الثقافة فى أغراض استعمارية كثيرة ، فقد لجأت الدول الأوروبية الى تهيئة نخبة من المثقفين لتنشىء بهم فى البلاد المستعمرة أنظمة لادارتها(٢) ··

---

(١) المرجع : كتاب « من اصلاحات الأدب الغربى » المؤلف : الدكتور ناصر الخانى — صفحة ٢٠٠ — عام ١٩٥٦ ·

(٢) المرجع : كتاب « مع القومية العربية » تاليف : جاك بولين ·
تعريب نجدة هاجر ، سعيد الغز — صفحة ١١ — بيروت عام ١٩٥٦ ·

وليس هذا فحسب ، بل لقد حاولت الدول الأوروبية أن تدعو لمدنيتها وتبشر بها لتضمن استمرار ولاء المواطنين فى تلك البلاد لها بعد أن يتأثروا بثقافتها الخارجية ..

خامسا ــ اثارة الخواطر Agitation :

أراد « لينين » أن يبين الفرق بين الدعاية واثارة الخواطر وذلك فى كتابه « ماذا نصنع ؟ » ، ولكنه تنكب جادة الصواب فخلط بين الديموقراطية والثقافة .

وهذا بعض ما جاء فى الترجمة الفرنسية لكتاب لينين «Quoi Faire ?» : من واجب الداعية حينما يتصدى لشرح مشكلة العاطلين أن يبين دور الرأسمالية فى الأزمات ، وأن هذه الأزمات لا مندوحة عنها فى المجتمع الحديث ، ويبين كيف تتحول الجماعة الى مجتمع تسيطر عليه الرأسمالية ، وعليه بوجه عام أن يتناول أفكارا محددة ، فهو حينما يعطى أكبر عدد من الأفكار لا يجد بين سامعيه من يطبقها ويهضمها الا النزر اليسير » .

ومن رأينا أن هناك علاقة قوية بين اثارة الخواطر التى سماها لينين « دعاية » وما هى فى الحقيقة بدعاية ، وبين استقرار السلام والأمن ، اذ كيف يمكن أن يتحقق بالاعلام الاستقرار الداخلى أو السلام العالمى اذا كانت هناك جماعات تنشر بوسائلها الخاصة موضوعات لاثارة الخواطر ؟ ... لذلك يجب على رجل الاعلام معرفة نواحى اثارة الخواطر ليقاومها بكل الأساليب العلمية .

فالداعية المثير حينما يتناول موضوعا بعينه يختار الفكرة التى تكون معروفة أكثر من غيرها للجمهور والتى تهز مشاعره ... فمثلا اذا شرح مشكلة البطالة فانه يتحدث عن أسرة بلا عمل ، وأنها فريسة للموت جوعا ، وهكذا ..

واذا تحدث عن العمال قال : « ليس للبروليتاريين شىء يفقدونه سوى أغلالهم وأمامهم عالم يكسبونه .. يا عمال العالم اتحدوا »(١) .

---

(١) « Selected Works » by: Marks - Engels, Volume I, Moscow, P. 56, 1955.

كتاب : « مؤلفات مختارة » تأليف : ماركس وانجلز ــ الجزء الأول ــ موسكو ــ صفحة ٥٦ ــ عام ١٩٥٥ .

سادسا ـ الشائعات Rumours :

والشائعات تعتبر من أهم الأسلحة فى أوقات الحروب بصفة خاصة لأنها تثير عواطف الجماهير وتعمل على بلبلة الأفكار ولها أهم دور في الدعاية السوداء.

أما اذا استخدمت بعيدا عن الميدان الحربى فتسمى (الهمس) Whispering واذا استخدمت الشائعات بغير قصد فتسمى ثرثرة أو دردشة Gossip ، ويمكن أن تتضمن الشائعات بعض القصص أو النكت ، وهى كثيرا ما تتغير وتتبدل أثناء تداولها ، فقد يطلق رجل الدعاية شائعة من الشائعات فتصل اليه محرفة بعد وقت معين .

وكثيرا ما يجد رجل الدعاية(١) أن من الصعب محاربة شائعة ، فلو سكت عليها قد تزداد انتشارا ، ولو حاول تكذيبها فسيجعل من لم يسمع هذه الشائعة يسمعها عن طريقه هو ؛ ولذلك فان الوسيلة المثلى لتكذيب الشائعة ، اما أن تكون بطريق غير مباشر ، أو بكشف مصدر الشائعة وقصد العدو منها ، وهذا يتطلب مهارة من رجل الدعاية ، كما يمكن مقاومتها بوسيلة خلق الوعى القومى ضد شائعات العدو .

ويمكن تعريف الشائعة بأنها فكرة خاصة يعمل رجل الدعاية على أن يؤمن بها الناس كما يعمل على أن ينقلها كل شخص الى الآخر حتى تذيع بين الجماهير جميعها .

ويجب أن تكون الشائعة قابلة للتصديق غير مبالغ فيها . وقد عملت مصلحة الاستعلامات المصرية فى حرب ١٩٥٦ على القضاء على الشبائعات بتخصيص أرقام تليفونات المصلحة لاتصال الشعب بهذه التليفونات لمعرفة الحقيقة بأسرع ما يمكن .

وبذلك يقضى على الشائعة بدون نشرها على الرأى العام .. بأن توقف مباشرة عند شخص السائل فى التليفون . كذلك عمدت المصلحة الى اصدار نشرة فى الصحف تسمى نشرة « أكاذيب العدو » تتناول كل أكذوبة من الأكاذيب الفاضحة ، وتعلق عليها تعليقا قويا ، يزعزع ثقة الرأى العام فيما ينشره العدو .

---

(١) المرجع : كتاب « الرأى العام والدعاية » تاليف : الدكتور حسنين عبد القادر ـ صفحة ١٣٥ ـ الطبعة الاولى عام ١٩٥٧ .

سيكلوجية الشائعات[١] :

والشائعات هي الأقوال والأحاديث والروايات التي يتناقلها الناس دون التأكد من صحتها بل دون التحقق من صدقها ٠

والشائعة ظاهرة سيكولوجية لها دلالة ولها معنى ولها دوافع خاصة دفعت الى ظهورها وسببت سرعة انتشارها بين الناس ، ويمكن تقسيم الشائعات الى ثلاثة أنواع :

أولا ــ شائعات الاحلام او الأماني : وهي تنتشر بين الناس لأن لهم حاجات ورغبات وآمال فيها وهي عبارة عن تنفيس لهذه الحاجات والآمال والرغبات ٠

ثانيا ــ شائعات الخوف : وهي تنتشر في وقت خوف الناس . فالانسان في حالة الخوف والقلق مستعد لأن يتوهم أمورا كثيرة لا أساس لها من الصحة ،وهو مستعد لأن يفسر الحوادث العادية تفسيرات خاطئة يمليها عليه الخوف والوهم ٠ كذلك فهو مستعد لأن يصدق كل ما يقال وله مساس بموضوع خوفه وقلقه ٠ وتنتشر هذه الشائعات في وقت الأزمات والحروب ٠

ثالثا ــ شائعات الكراهية : وهي تصدر لتعبر عن شعور الكراهية والبغض ودوافع العدوان التي تجيش بها نفوس بعض الناس ٠ وينتشر هذا النوع بين الأحزاب المتصارعة دائما ٠

كما أن الشائعات تنتقل بين الناس لأن البعض : ــ

أولا : يميل الى حب الظهور ٠

ثانيا : الرغبة في التأييد العاطفي والمشاركة في المشاعر ٠

ثالثا : التسلية والفكاهة وتضييع الوقت ٠

---

(١) المرجع : كتاب « علم النفس في حياتنا اليومية » للمؤلف الدكتور محمد عثمان نجاتي صفحة ٨٤ عام ١٩٥٥ ٠

الشائعات والدعاية :

وتعتبر الشائعات وسيلة مؤثرة من وسائل الدعاية ، ويوجد كثيرون يعتقدون بأن الشائعات لها نفس التأثير الذى للراديو أو للصحافة • ويمكن أن تستخدم الشائعات استخداما ايجابيا لتقوية موقف أولئك الذين يعملون لنشرها أو لتكسب لهم الأصدقاء ، وهى من الناحية السلبية تحدث نوعا من القطيعة بين الناس وحكومتهم وتجعلهم يشكون فى عدالة قضيتهم ، وبخاصة عندما تؤثر فى توجيههم •

ويجب العمل بكل الوسائل لمعرفة الدعاية التى تدعو للفوضى وعدم الاستقرار لمقاومتها ، فالدعاية التى يتبناها الداعية الشيوعى مثلا مبنية على استغلال الصراع ••• أى صراع داخلى ثم يعمل على تكبير هذا الصراع ثم يعمل على الاثارة بشعارات ثورية ثم ينشر الشائعات المختلفة عن هذا الصراع ويكثر من الوسائل التى تنشر هذه الشائعات مع ربط هذه الشائعات بالمطالب الرئيسية للشيوعية(١) •

ونشر الشائعات منبعث من الطبيعة البشرية ، وهذه الخاصية المميزة للانسان كثيرا ما ينتج عنها ما نسميه الشائعات الموجهة ، وقد استخدم قواد جانكيز خان هذه الوسيلة فى الزهو بقواتهم ، وارهاب أعدائهم ، وكانوا يبعثون بالجواسيس للعمل فى مراكز رياسات أعدائهم حيث يقومون بنشر الأحاديث بأن جيوش الخان مثلها مثل الجراد لا يمكن أن يحصيها العد ، على حين ينشر جواسيس آخرون أن جنود جانكيز خان لا يعرفون الا الحرب ، حتى أن قادتهم يبذلون جهدا كبيرا فى تهدئتهم ومنعهم من القتال •

ونتيجة لهذه الشائعات وصف الأوروبيون — الذين كانوا يرتعدون خوفا من فرسان جانكيز خان — هؤلاء بأنهم جحافل لا حصر لها مع أنها فى الحقيقة كانت أقل عددا من القوات التى كانت فى البلاد التى قاتلتها •

وبالرغم من ازدياد وسائل النشر بالصحف ، واختراع البرق والتليفون والراديو والتليفزيون ، فان شبكة الشائعات تؤثر فى الرأى العام فى وقتنا هذا بدرجة أكبر مما كان لها فيما مضى •

---

(١) « A Century of Conflict » by: Stefan Possony, First Edition, U.S.A., P. 148, 1955.

المرجع : كتاب « قرن من الصراع » المؤلف : ستيفن بوسنى — الطبعة الاولى — الولايات المتحدة الامريكية — صفحة ١٤٨ — عام ١٩٥٣ •

ولذلك يجب علينا أن لا نتوانى عن نشر الأخبار بصدق وصراحة وبصفة كاملة لأن الشائعة تنتشر دائما حينما لا تكون هناك أخبار ٠

وقد كانت الشائعات مشكلة تثير قلقا قوميا بالغا فى عامى ١٩٤٢ ، ١٩٤٣ اللذين سادهما التوتر فى الحرب العالمية الثانية ففى ذلك الوقت قدم مسئول كبير فى مكتب مصلحة الاستعلامات الحربية الأمريكية تعليلا لوجودها واقتراحا بكيفية السيطرة عليها وكان هذا التعليل وذلك الاقتراح صائبين الى حد ما ، فقد قال « ان الشائعة تنتشر اذا انعدمت الأنباء ٠ ولذلك يجب علينا أن نقدم للناس أدق الأنباء الممكنة كاملة وبسرعة » ٠

والحقيقة ان الشائعة تترعرع فى حالة نقص الأنباء ٠ ولذلك فان عدم نجاح أية شائعة ، ابان العدوان الثلاثى على مصر يرجع الى ايمان الشعب بأن الحكومة كانت تزوده بانباء الحرب كاملة ودقيقة ، وبذا كان يحاط علما بكل الأحداث ٠ فعندما يؤمن الشعب بأنه يعلم بأسوأ الأمور قد لا يزيد الصورة عبوسا بابتداعه القصص البشعة غير الضرورية لتفسير مخاوفه لنفسه ٠

ومن الحوادث الغريبة فى تاريخ الشائعة انتشار القصص عن موت كثير من الأشخاص البارزين ، ومن بينهم الجنرال مارشال وبينج كروسبى بعد مضى بضع ساعات على اذاعة نبأ وفاة الرئيس الأمريكى روزفلت فجأة فى شهر أبريل من عام ١٩٤٥ ٠ واذا لم تكن الأحداث العامة جديرة بالنشر فيحتمل ألا تثور الشائعات ٠ ففى بعض الظروف كلما بالغت الصحف فى نشر الأنباء — لا سيما الأنباء الخطيرة — ازدادت تشويهات الشائعات لهذه الأنباء ٠

اشاعات « بيرل هاربور » :

فى يناير وفبراير من عام ١٩٤٢ غمرت أمريكا شائعات مفزعة لم تتغير ، وفحوى هذه الشائعات أن خسائر الأمريكيين فى الهجوم الذى تعرضت له « بيرل هاربور » أعظم بكثير مما اعترفت به السلطات ، فزعمت بعض الشائعات أن الأسطول الأمريكى للمحيط الهادى قد غرق فى « بيرل هاربور »(١) فى يوم ٧ ديسمبر ، وزعمت شائعات أخرى أن ١٠٠٠ طائرة تم تدميرها على الأرض فى

---

(١) «The Psychology of Rumour» by: Allport & Postman, First Edition, Page 16, U.S.A., 1948.

المرجع : كتاب « سيكولوجية الشائعة » المؤلف : البورت وبوستمان — الطبعة الأولى — الولايات المتحدة الامريكية — الصفحة ١٦ — عام ١٩٤٨ ٠

نفس اليوم . والمعروف الآن أن التقارير الرسمية الأولى لم تكشف عن التقدير الكامل للخسائر التي تكبدها الأمريكيون في « بيرل هاربور » لأسباب تتعلق بالأمن العسكري . لذا انبعثت الأقاصيص عن الشك في أن يكون الأمر كذلك .

ولما كان الناس لم يقفوا على الأنباء فانهم لم يجدوا أي برهان يمكنهم من السيطرة على خيالهم الذي استولى عليه الفزع .

وقد انتشرت الأقاصيص وبلبلت الأذهان بحيث شعر الرئيس الأمريكي روزفلت بأنه يجب عليه أن يخصص جزءاً من حديثه في ٢٣ فبراير عام ١٩٤٢ ، للتنديد بهذه الشائعات المفزعة .

وفي ذلك الوقت لم يستطع الرئيس الأمريكي أن يعلن القصة كاملة ، غير أنه بذل أقصى جهده لتهدئة مخاوف الناس ، بأن أذاع أكثر ما أمكنه اذاعته من الأنباء الحقيقية دون تعريض الأمن الأمريكي للخطر .

الدفاع ضد الشائعة :

ليس ثمة ما يدعو الى الكثير من الدهشة أن المسئولين الرسميين والمواطنين المخلصين أصبحوا يفزعون من الضرر العظيم الذي تحدثه الشائعة في الروح المعنوية للجبهة الداخلية .

فعلى الرغم من أنهم كانوا يؤمنون بأن ترويج الشائعة هو عرض طبيعي لا بد من أن يصدر عن الأعصاب المتوترة في زمن الحرب فانهم لا يعرفون مدى تأثيره على الروح الانهزامية ، وجمود الاحساس ، والانقسام الداخلي في الأمة .

وقد قام « روخ ويونج » في زمن الحرب بدراسة عن انتشار الشائعة وتقبلها في عام ١٩٤٠ . فوزعت بيانات معينة مقتبسة من اذاعات المحور مثل البيان التالي : —

« فر أكثر من ٣٠٠ مجند من قاعدة فورت ويكس بنيوجيرسي أخيرا » ووضع جدول به تقدير لرواج كل شائعة صادرة عن المحور فكان الجدول يشير الى أن النسبة المئوية لعدد الأشخاص الذين تم الاجتماع بهم والذين سمعوا الشائعة في نيويورك ٨٪ وفي بوسطن ٥ر٥٪ وكان حوالي ٢٣٪ من أفراد العينة(١) كلها قد سمعوا على الأقل عن احدى الشائعات . ولكن هل صدقوها ؟ لذلك وضع جدول آخر يبين درجة تقبل الشائعات بسؤال كل فرد من أفراد العينة

---

(١) العينة : معناها الفئة المختارة لاجراء البحث عليها .

عما اذا كان يعتقد أن الشائعة صحيحة أو لا ٠٠ (هل كان قد سمعها من قبل أو لا) وكان معدل تقبل الشائعة فى مدينة نيويورك ٤ر٩٪ وفى بوسطن ٨ر٣٪ وتبين أن انتشار الشائعة وتقبلها بين الفقراء أكثر من انتشارها وتقبلها بين من هم أكثر ثراء ، وكانت نسبة انتشارها وتقبلها بين من تعدوا سن الخامسة والأربعين أكثر من انتشارها وتقبلها بين من هم أصغر سنا ، وبين اليهود أكثر منها بين غير اليهود ٠

ويمكن تفسير ميل اليهود لتقبل الشائعات فى هذا البحث بأن معظمها من النوع الذى يقصد به التخويف الذى يمثل مخاوف اليهود وعدم شعورهم بالأمان فى أيام الحرب الأولى ٠

ولقد كانت الوكالات الحكومية التى تتعرف على الرأى العام فى جميع أنحاء البلاد الأمريكية حريصة على منع انتشار الشائعات الضارة ولكن المشكلة التى كانت تحيرها هى الاجراء الذى يمكن اتباعه فى هذا الشأن ٠ فقد رأينا فى احدى المناسبات الرئيس الأمريكى ذاته يتحدث فى الراديو فينفى شائعة معينة ، كما أشار فى أواخر أيام الحرب بصراحة الى بعض الشائعات التى تعكس روح الكراهية العنصرية والدينية ، وعمل على مقاومة انتشار هذه الشائعات ٠ والواقع أن كتاب « فرق تسد »[١] وغيره من المطبوعات التى أصدرها مكتب الحقائق والأرقام الذى لم يطل بقاؤه لم تكن سوى أسلحة ضد الشائعات وقد خصص مكتب الاستعلامات الحربية الامريكية أحد أقسامه للسيطرة على الشائعة .

ان فلسفة هذا المكتب كانت تختلف شيئا ما عن « عيادات فحص الشائعات » الخاصة ٠ فقد ركزت العيادات جهودها على تفنيد القصص الكاذبة بينما وضع مكتب الاستعلامات الحربية الأمريكية ثقته فى النظرية القائلة بأن « الشائعة تنتشر عند عدم وجود أنباء » ، وركز جهوده حول تحسين نوع الأنباء المذاعة وزيادة ثقة الناس بها ٠ وعلى الرغم من أن مكتب الاستعلامات الأمريكى أعرب عن شكوكه فى حكمة تكرار الشائعات من أجل تفنيدها ، فقد امتنع عن التدخل فى ادارة عيادات فحص الشائعات فى الصحف الشعبية ٠ ومن رأى العلامة لودن Loudon أن الاتصالات اليومية المنتظمة هى السبيل الوحيد للرد على الشائعات المغرضة[٢]

---

(١) الأصل « فرق حتى تهزم الخصم » ٠

(٢) كتاب « الأجور التشجيعية » تاليف : البروفيسور كيث لودن Kith Loudon ترجمة ماهر نسيم ـ القاهرة ـ صفحة ١٦٩ ـ عام ١٩٥٩ ٠

وقد تزايدت أهمية رجل الدعاية كمستشار فنى يقوم باطلاع رجل السياسة على هذه المشاعر فأصبح له الحق فى أن يقول رأيه فى السياسة التى يحتمل أن ترضى الشعوب ، وهكذا أصبح رجل الدعاية بالتدريج مستشارا سياسيا .

سابعا ــ الحرب النفسانية Syke War :

التعريف :

يمكن ادراك حقيقة الحرب النفسانية بكل بساطة اذا فهمت على أنها تطبيق للدعاية فى تحقيق أهداف الحرب على نحو التعريف التالى :

« تتضمن الحرب النفسانية استخدام الدعاية ضد العدو بالاضافة الى استعمال وسائل أخرى لها طابع النشاط الحربى أو الاقتصادى أو السياسى على النحو الذى يكون مكملا لنشاط الدعاية » .

واذا أخذنا بهذا التعريف وجدنا الحرب النفسانية لونا من النشاط الدعائى الذى استجد فى الحرب العالمية الثانية(١) .

وعلى هذا الأساس أيضا نشأ نظام وحدة الحرب النفسانية فى كل ميدان من ميادين الحرب . وقد اعتنق رجال الحرب الأمريكيون نظريات الحرب النفسانية.

ومع ذلك ، فهذا استعمال واحد من بين استعمالات الحرب النفسانية ، وهناك بصفة خاصة معنى آخر استخدمت فيه هذه العبارات استخداما سيئا ابان الغزو الالمانى لأوروبا وأقصد به الحرب المشتملة على أساس سيكولوجى :

ويعرف الأمريكيون كلمة الحرب النفسانية ، بأنها سلسلة الجهود المكملة للعمليات الحربية العادية عن طريق استخدام وسائل الاتصال التى يستخدمها النازيون ، أى أنها تصميم وتنفيذ الخطط الاستراتيجية الحربية والسياسية على أسس نفسانية مدروسة ، ومن وجهة نظر الأمريكيين تضمنت العبارة تغييرا تناول الأساليب الحربية التقليدية عن طريق استخدام سلاح جديد وتطبيقه على نطاق واسع .

---

(١) «War Propaganda and the United States» by: Harold Lavine and James Weghsler. First Edition, New York, P. 8, 1910.

المرجع : « الولايات المتحدة الامريكية وحرب الدعاية » للمؤلف هارولد لافين وجيمس وجلر الطبعة الاولى ــ نيويورك ــ صفحة ٨ ــ عام ١٩٤٠ .

أما من وجهة نظر الألمان فقد تضمنت هذه الكلمة تغييرا طرأ على عملية الحرب نفسها ٠

كذلك سميت « حرب الأعصاب » وهناك باحث صحفى أبتدأ نشاطه فى استقصاء ما يعرف (بالطابور الخامس) الذى كان يعمل لحساب المحور فى الشرق الأوسط ثم صار فيما بعد عضوا فى الهيئة التى كانت تضع الخطط للحرب النفسانية للبحرية الأمريكية ٠ وقد ألف هذا الرجل كتابا أسماه السيكولوجية الألمانية ، ذكر فيه أنه بمجرد أن انقشعت حالة الذعر من الغزو الالمانى اكتشف أن التجديد فى النشاط الحربى الألمانى بدأ فى ميدانين هامين :

الأول : التوحيد التام أو شبه التام بين المجهودات الحربية ونشاط السياسة والدعاية والهدم ٠

الثانى : ما أسفرت عنه بحوث علم النفس الحديث من نتائج يمكن أن تستخدم فى تحقيق الأهداف الحربية ٠

والواقع أن الألمان قاموا بالخطوات الأولى فى هذا المضمار قبل الحرب ، وفى المراحل الأولى منها ٠ واذا كانت الأسلحة النفسية تشتمل على قدرة أقوى من المدافع — كما يقولون — فان استعمالها صعب الى حد بعيد ، ولا يمكن استعمال مفتاح العوامل النفسية الا بكثير من المهارة ٠

ومن أفظع الأخطاء النفسية التى اقترفها الألمان اعتقادهم بأن جميع الناس يخضعون لعوامل واحدة(١) ٠ ولقد كان هذا خطأ فاحشا بالفعل لأن النظريات العلمية الحديثة تبين أنه لا يمكن اخضاع جميع الناس لعوامل واحدة ٠ لذلك نجد النظرية الماركسية تؤمن بالمادية بينما نجد النظرية الديموقراطية تؤمن بالفكر الانسانى . وفى الغزو الألمانى لأوروبا اهتم قادة الألمان بتحليل الرأى العام ولكن ظهر فى آخر الأمر أن الكثير من هذا التحليل كان يستند الى التخمين ٠

ولقد خيل للناس فى ذلك الوقت أن النازيين ربما عثروا على نظرية علمية تحدد بالضبط وقت استسلام العدو(٢) ٠

---

(١) كتاب : « فلسفة التاريخ » تاليف : الدكتور جوستاف لوبون Gustave Le Bon نقله الى العربية عادل زعيتر — طبعة اولى — صفحة ٢٦٢ — عام ١٩٥٤ ٠

(٢) اشيع فى الحرب العالمية الأولى انه نظرا لقوة الحرب السيكولوجية الالمانية فان زعماء العالم كانوا اذا لم تطالعهم المانيا باخبار جديدة ، يقولون : « انعدام الأخبار هو خبر سار » No News Good News

هــذا وتحاول الحرب النفســانية كسب الحرب بدون استعمال وســائل العنف • والذى حدث فى بعض عصور التاريخ هو أن الحرب النفسانية اعتبرت ضربا من الأساليب التى لا تتفق والرجولة والشجاعة ، فمن الطبيعى للرجل المحارب أن يعتمد على الأسلحة لا على الكلام • وفى نهاية الحرب العالمية الأولى نظروا لهذه الوسيلة ـ وهى الدعاية ـ نظرة تقدير من الجميع • ومع ذلك فقد تمخضت الحرب العالميــة الثانيــة عن عدد من ضــباط الجيش والبحرية كانوا ينشطون فى نطاق الحرب النفسانية كما أن جزءا كبــيرا من النشاط قام به العسكريون بلا أدنى مساعدة من جانب المدنيين •

ويمكن تقسيم هذه الدعاية الى قسمين :

١ ـ الدعاية الاستراتيجية :

وتوجه ضد قوات العدو والشــعوب المعادية والمناطق التى يحتلها العدو بأكملها وهى بالاضافة الى الخطط الحربية الموضوعة تستهدف تحقيق أغراض موضوعية مدروسة فى فترات قد تمتد الى أسابيع أو أشهر أو سنوات •

٢ ـ الدعاية التكتيكية :

وهى التى تتعلق بالخطط فتوجه الى عدد معين من المستمعين المحــدودى العدد فى الغالب وهى موضوعة تدعيما لتعليمات حربية محلية •

ويوجد تقسيم ثالث للدعاية على أسس أخرى تعتمد على العلاقة بين نشاط الدعاية والدعاية المضادة التى يقوم بها العدو ، وهذا هو ما نسميه دعاية دفاعية وأخرى هجومية •

فقبل قيام الحرب العالمية الثانية ظهرت أهمية خاصة للتمييز بينهما ولكن التجارب التى حدثت فى كل الجبهات الحربيــة أثبتت أن القيمة الحقيقية مرتبطة بالحوادث التى تحدث أو لا تحدث فى كل يوم . والواقع أن الدعاية شديدة الاتصال بالموقف من حيث ما يكتنفه من أخبار وآراء ، لذلك لا تحتمل تحليلا دقيقا قبل بناء العمليات الحربية •

فوضع الخطط التفصيلية ينتهى بوجودها فى الملفات ولذا كان التمييز بين دعاية هجومية وأخرى دفاعية يتضاءل أمام الاعتبارات العملية ومع ذلك فيمكن بيان الفارق بين النوعين اذا توخينا الدقة فى التعريف •

١ ـ الدعاية الدفاعية :

الاحتفاظ بنوع من النشاط الاجتماعى أو العام متفق عليه ومعمول به ، ومن هذا القبيل الدعاية السوفييتية لمشروع السنوات الخمس ·

٢ ـ الدعاية الهجومية :

وتستهدف وقف أى نشاط اجتماعى لا يرغب فيه القائم بالدعاية أو التوجيه وتحويله الى نشاط جديد يرغب فيه ، وفى تحقيقه اما عن طريق وسائل ثورية (فى نفس المجتمع) أو عن طريق وسائل دولية دبلوماسية أو حربيـة (بين مجتمعات مختلفة) ·

وثمة تفرقة أخرى بين ألوان الدعاية مردها الى الهـدف القائم فى أذهان رجال الدعاية أو طابعها بالنسبة لهؤلاء الذين يقومون بهذه الدعاية · وهـذه الفروق مثل قولنا هجوم دفاعى فهى هنا تصدق من الوجهة النظرية لا من الوجهة العملية ، لأنها لم تحدث عمليا ، ولو أن الكثير من موضوعات الدعاية المضطربة أشارت اليها ·

وأقرب مثل لهذه الدعاية هو مسألة فلسطين واتباع الدعاية الهجومية فان السبيل الى المحافظة على الكيان العربى هو بعث اليأس فى قلوب الصهيونيين من امكان السيطرة على هذا الكيان ، وتعميق ذلك اليأس وتمكينه ·

والسبيل ، ولا سبيل غيره ، هو قوة الكيان العربى ، وقوته فى وحدته(١) .

٣ ـ الدعاية الانقسامية :

ويقصد بها الدعاية التى تحدث انقساما فى جماعات العدو ، أو تحدث تصدعا فى جبهة معينة فى الجيش تعتبر وحدة قائمة بذاتها (مثل الحملة التى قام بها الحلفاء حين أوعزوا الى الجنود الكاثوليك فى ألمانيا بأن يثوروا على القومية الألمانية) ·

---

(١) كتاب « الوطن العربى » المؤلف الدكتور عزت النص ـ صفحة ٢٩٠ ـ عام ١٩٥٩ ·

٤ ـ دعاية التركيز :

يقصد بها تفنيد جانب من دعاية العدو فى موضوع معين (كالاتهامات التى يوجهها اليابانيون للفظائع الأمريكية ردا على مثيلاتها من الاتهامات الأمريكية) وأقرب مثل للدعاية المعارضة هو ما كتبه جون بيتر فى كتابه « الصحافة فى أمريكا » وأثر الرقابة الصهيونية عليها : « ان الكارثة الجديدة التى تهدد حرية القول هى كارثة وطنية تطعننا فى الصميم ٠٠ ان الرقابة الخاصة تكبل أيدينا بأغلال حديدية وتأتى فى صورة جماعة من المعلنين الذين يدفعون بسخاء ٠٠ ان الاعلان هنا تقوم به وكالات قوية متخصصة تتمتع بسلطات واسعة وتملى ارادتها على الصحف » ٠

ثامنا ـ الحرب السياسية :

معنى الاصطلاح :

يقال عن مرحلة المخابرات التى تستخدم فيها المعلومات استخداما هجوميا اعتدائيا بقصد تسميم الأفكار وخلق أحوال خاصة : « الحرب السرية » ٠ وقد اعتبرت الحرب السرية فى السنوات الأخيرة لونا له قيمته بين ألوان الصراع البشرى المعروف من قبل ٠

وتستخدم هذه المرحلة من مراحل المخابرات ـ على ما يقول السير روبرت بروث لوكهارت المدير العام للجنة الحرب السياسية الانجليزية ـ كل وسائل الهجوم السرية والعلنية (الواضحة والمستترة) التى يمكن أن تعتبر وسائل سياسية تبعا لانفصالها التام عن الوسائل العسكرية ، فهى عمليات المخابرات التى تستخدم الآراء للتأثير فى السياسة ٠ انها تتعامل مع الأفكار والآراء والعقائد وانتقالها من شخص لآخر ٠ انها تعمل دون ما عنف على نقيض الحرب العسكرية التى يفرض فيها المنتصر رغبته على المهزوم بالعنف أو بالتهديد باستخدام العنف .

وكلمة « الحرب السياسية » اصطلاح انجليزى أصلا وتختلف التسميات التى تطلق على هذا العمل باختلاف البلدان ، ففى ألمانيا يقال عنه « الحرب الفكرية »(١) وذلك بقصد تأكيد حقيقة أن ميدان هذه الحرب أساسا هو الميدان الثقافى ، وأنه يستهدف التأثير فى الأفكار والآراء ٠

---

(١) « الحرب الثقافية » Cultural War

وفى روســيا حيث يتــأثر القائمون بالأمر بفكر كلاوز فيتز من أن كل صــور الحرب انمــا هى صــور سياسية يسمى هــذا اللون من ألوان الحرب « بالدعاية » .

وفى الولايات المتحدة يقولون عنها « الحرب السيكولوجية » أو « العمليات المعنوية » أى العمليات الموجهة ضد معنويات العدو .

وفى رأينا أن التسمية الأولى تكشف عن استخدام « علم النفس » فى هذه الحرب على حين تكشف التســمية الثانيــة عن أن هـــدف هذه الحرب هــو معنويات العدو .

ولو شئنا أن نتعمق فى البحث فاننا لن نجد أيا من هذه المصطلحات يعبر تماما عن الواجب أو الدور الصحيح للحرب السياسية فان هذه المصطلحات كلها على اختلاف البلاد التى تستخدمها (والتى ذكرنا كلا منها مع الاصطلاح الذى تطلقه على هذا اللون من ألوان الصراع البشرى) انما تعنى أساسا « الدعاية » أى تعنى الجهد المنظم الذى يبذل للتأثير فى اتجاهات الناس . ومع هذا فان الحرب السياسية انما هى أبعد مدى من هذا بالنظر الى أنها تشتمل بالاضافة الى الدعاية على العمل الدبلوماسى وعلى تحركات اقتصادية ، تعمل كلها معا فى تعاون منسق .

تاسعا ــ الحرب الدبلوماسية والحرب الاقتصادية :

وقد تستخدم الدبلوماسية مثلا لحث الأمم لكى تدخل فى أحلاف أو لكى تبقى على الحياد ، كما قد تستخدم لتمزيق أحلاف معادية قائمة فعلا .

ويمكن أن تستخدم لوقف وانهاء حروب بالمفاوضات حتى مع استمرار قيام العمليات الحربية .

وقد استخدمت الدبلوماسية فى هذه الصورة الأخيرة سنة ١٩٤٥ عندما بذلت الجهود لانهاء الحرب ضد اليابان فى الميــدان الدبلوماسى لا فى الميــدان العسكرى .

وفى سنة ١٩٣٥ عندما أرادت بريطانيا منع ايطاليا من مهاجمة الحبشة استخدمت النفوذ الدبلوماسى عن طريق عصبة الأمم كمــا طبقت بعض ألوان

الضغط الاقتصادى بوساطة التجارة العالمية · وتحـدد الولايات المتحـدة فى الوقت الحاضر التجارة مع الدول الشيوعية بينما تقدم المنح والمعونات الاقتصادية بسخاء للدول الصديقة لها ، التى تحالفها ·

ومع هذا فان كلا من الحرب الدبلوماسية والحرب الاقتصادية(١) تعتبر وسيلة منفصلة تماما عن الأخرى وتقوم بتنفيذ كل منهما هيئة خاصة مثل السـلك الدبلوماسى بالنسبة للأولى والهيئات الاقتصادية الاخرى الخاصة بالنسبة للثانية. وتعمل هـذه الهيئات بحيث يمكن أن تؤثر فى عـدد كبير من الناس ولكنها لا تتصل اتصالا مباشرا بهم ·· بل ان الدبلوماسية خاصة توجه فى الحدود التى تعمل فيها وغالبا ما يكون عملها فى هذه الحرب فى صورة غير مباشرة ، ودون أى اتصال مباشر مع الجماهير ·

ولعل أقرب مثال للحربين الدبلوماسية والاقتصادية ضدنا هو ما تقوم به الدعاية الصهيونية فى المجالات الدبلوماسية والاقتصادية ابتغاء التآمر علينا والحاق الضرر بنا(٢) ·

عاشرا ـ الدعاية الدينية والدنيوية :

يجب علينا أن نميز بين الدعاية الروحية التى تدعو الى الايمان الدينى ، والدعاية الدنيوية التى تسـتهدف اتجاهات سياسـية · ولقد كانت الدعاية الروحية آلة قوية استخدمتهـا الكنيسة الرومانية قبل أن تستخدمهـا الأمم لأغراضها الخاصة أجيالا طوالا ·

---

(١) نجد هنا مسميات مختلفة للحرب فقد أصبح من الممكن ان تثار الحروب فى العالم اليوم بدون تجريد الجيوش والحملات ، حرب يديرها الدبلوماسيين ورجال السلك السياسى ويديرها اخصائيو الدعاية ورجال المخابرات · ان الحرب الحديثة أصبحت تعتمد على اثارة « فوضى منظمة » وتعتمد على افراد تتوافر فيهم كل صور المعرفة ، كذلك لم يعد فى استطاعة الانسان أن يفرض رغباته على الآخرين بتفوقه عليهم فى السلاح بل بتفوقه عليهم فى التفكير وتفوقه فى حرب الدهاء ·

(٢) المرجع : كتاب « تاريخ بنى اسرائيل من أسفارهم » ـ تاليف محمد دروزه ـ صفحة ٢٣١ ـ القاهرة ، عام ١٩٥٨ ·

وصلاة القداس التى دعا اليها البابا أوربان الثانى فى كليمونت من أعمال فرنسا فى سنة ١٠٩٥ لنصرة أول حملة صليبية كانت عملا بارزا من أعمال الدعاية ٠

وفى سنة ١٦٢٢ انشأ البابا جريجورى الخامس عشر ما يمكن أن يعد اول هيئة للدعاية بقصد نشر الكثلكة (المعتقد الكاثوليكى) ٠

وهكذا يتضح أن الدعاية الدينية تستخدم اما لنشر الأديان أو أنها تستخدم كوسيلة سياسية ضد عدم ايمان دولة اخرى بالأديان السماوية بل اننا نجد فى كثير من الأحيان استخدام اللغة كعامل قومى وكأسلوب فى الدعاية وان تكن نظرية « ارتباط القومية باللغة » قد أثارت رد فعل قوى فى المحافل الفرنسية ، الفكرية والسياسـية ، لأنها كانت تخالف مطامع فرنسـا وتعرض مصالحها للأخطار(١) ٠

الدعاية الدنيوية وأمثلة من الدعاية للحرب :

وقد أصبحت الدعاية الدنيوية عملا منظما تقوم به الأمم فى السـنوات الأخيرة فقط ولكن ما من شك فى أنها قديمة قدم الانسان نفسه وقد بدأت فى طابع بدائى تبعا لطاقة الانسان وقدرته على نشر آرائه وأفكاره وقد استخدمها « جدعون » عندما نجح فى ايهام أهل « مدين » بأن جيشه ــ الذى كان يتكون فقط من ثلاثمائة مقـاتل ــ أقوى من جيشـهم الكبير العـدد ٠ واستخدمهـا « وانج منج » فى الصـين كمـا استخدمها تيموستوكليس الأثينى (نسـبة الى أثينا) ويصف هيرودوت المؤرخ استخدام تيموستوكليس للدعاية استخداما ناجحا بقوله :

« وبعد أن تخير تيموستوكليس أقوى سفن أهل أثينا أبحر بها الى حيث توجد مياه تصلح للشرب ثم حفر على الصخور بضعة أسطر وعاد لتوه ، فلما جاء سكان الجزر من الأيونيين قرأوا هذه السطور التى جاء فيها :

---

(١) كتاب « ماهى القومية العربية » تاليف : ابو خلدون ساطع الحصرى ــ صفحة ١٢١ بيروت ــ عام ١٩٥٨ ٠

« يا أهل أيونيا ··· انكم تخطئون ضد أبائكم فى معاونتكم العدو لاذلال بلاد اليونان ··· لهذا انضموا الينا فان لم تستطيعوا هذا عودوا بقواتكم واطلبوا من أهل كاريا أن يفعلوا هذا أيضا ، فان لم تستطيعوا لا هذا ولا ذاك وكنتم فى حاجة للبقاء فى صفوف العدو فتمارضوا عنـدما تبدأ المعركة ويشـتد القتـال وتذكروا دائما أنكم من نسـلنا وان عداء المتبربرين لنا انمـا بدأ أصلا منكم وبسببكم » ·

القسم الثالث

نماذج من الاعلام والدعاية

- الدعاية السياسية .
- الدعاية التجارية .
- الدعاية فى القانون الدولى .

الفصل العاشر

الدعاية السياسية

فى أى عصر نعيش ؟ :

هناك من يقول ان الذى يجب أن يسود هو عصر الجماهير وهناك من يعارضه ويقول ان هذا العصر يجب أن يكون عصر الرأى العام القائد أى أصحاب السلطة والمفكرين وأصحاب الفلسفات والساسة والأجهزة السياسية ، وهناك من يقول ان هذا العصر هو عصر أجهزة الاعلام والدعاية وهى أقوى على التأثير فى الجماهير الشعبية من أجل مصلحة البشرية كلها • وقد بدأت الديمقراطية بكلمة يونانية مركبة هى « ديمس » و « قراطيس » أى حكم الشعب للشعب لصالح الشعب ، وهنا ، نبدأ بمن يقول ان الجماهير يصعب عليها أن تحكم سواء بنفسها أو بممثلين عنها بحيث تكون للجماهير السلطة الفعلية ، وهنا يجدر بنا أن نذكر رأى « والتر ليبمان » ـ الكاتب الأمريكى المشهور ـ فى كتابه « فلسفة الجماهير » اذ يقول ان السبب فى انهيار الدول الديمقراطية فيما بعد الحرب العالمية الأولى يرجع الى ضعف الحكومات وعجزها عن صيانة نظم الحكم ولذلك حدثت الحروب المعروفة ، ويقول ان اتجاه الحكومات الى الشعوب لتعطيها المزيد من الجهد والتضحية حتى تقوى على الاستمرار فى الحرب ، تلك هى نقطة البدء ، حين تنازلت الحكومات الغربية للشعوب عن بعض سلطاتها فى اتخاذ القرارات الخاصة فيما يتعلق بشئون الحرب والسلام ، وقد لازم تلك السياسة انحراف رجال السياسة فى الدول الديمقراطية عن اتباع المبادىء القويمة ومحاولة ارضاء الجماهير على حساب المصلحة العامة ليضمن الواحد منهم البقاء فى مركزه ، كل ذلك ساعد على زيادة تسلط الجماهير ومن ثم حدث نوع من التداخل فى السلطات أدى الى اضطرابها واستغل الساسة ورؤساء الأحزاب تلك السياسة لمصلحتهم الخاصة بعد أن تخلت الحكومات عن معظم سلطاتها للمجالس النيابية ومجموع الناخبين مما أدى الى انحراف ميزان القوى وساعد على ذلك حداثة عهد الشعوب بحقوقها المدنية والانتخابية وكثرة جماعات الناخبين وقلة وعيهم مما أدى الى التفريط فى الحرية والمصلحة العامة ، وظهرت ثورات انقلابية نتيجة لفشل الغرب فى القضاء على البؤس والشقاق والقلق الذى ساد الشعوب فى القرن العشرين •

وهناك رأى يقول انه يجب أن تسيطر نظم المدنية ومبادؤها الأخلاقية على العواطف والانفعالات الفطرية للجماهير • كما يقول رأى آخر انه بعد أن أصبحت السيادة فى يد الشعوب فى هذا العصر أصبح من العسير على الحكومات أن تدبر بتبصر ورؤية كل ما يتعلق بموضوع الحرب والسلام •

وان احكام جمهرة الشعب عادة ما تجانب الصواب فيما يتعلق بأمور الحرب والسلام ، فالقرارات الدبلوماسية والاستراتيجية تتطلب عادة نوعا من المعرفة لا يمكن توافره بالاطلاع على الصحف أو الاستماع الى التعليقات السياسية من الاذاعة أو الاستماع لحديث بعض الساسة أو من قراءة بعض الكتب •• فكل هذه الأمور لا تكفى لجعل الفرد يختار بين الحرب والسلام •

ومما يعزز هذا الرأى أن المعلومات المعقدة التى تحتاج الى كثير من التفكير والتى يبعد تصورها عن ادراك الغالبية من الشعب تصل اليه محرفة مشوهة ، وأن الشعب غالبا ما يتأثر بالشائعات مما يبعد به كثيرا عن الحقيقة والواقع •

وهناك قلة من رجال السياسة الذين يتميزون بالجرأة فى الرأى ولديهم القدرة على تحذير الجماهير من الأخطاء ولكن الأكثرية فى الدول الديمقراطية لا تحاول أن تعبر عن رأيها الحقيقى ، خصوصا اذا كان معارضا لرغبة الجماهير ، وهم يعتبرون ذلك من مقتضيات الديمقراطية الحديثة • فالأسلم لرجل السياسة الديمقراطى أن يظل رأيه متقاربا مع وجهة نظر الغالبية من الجماهير فلا يتعداه ليلاحق منطق الأحداث حتى يحافظ على منصبه • فهو يعمل دائما للتقرب من ناخبيه ولذلك نجده يتحرج من التصريح بالحقيقة الكاملة ، التى قد تكون مؤلمة بالنسبة لهم وتجعلهم ينفضون من حوله لتعارضها مع رغباتهم •

ان نجاحهم السياسى يتوقف دائما على مدى قدرتهم على تملق ناخبيهم وخداعهم ورشوتهم •

ان الانحلال فى السلطة الحاكمة هو الداء الذى تشكو منه الدولة الديمقراطية ، فتصبح السلطة التشريعية فى يد الأحزاب فتخضع بذلك السلطة التنفيذية للمساومات الحزبية ولضغط أصحاب المصالح •

وهكذا تضيع الدولة لضعف السلطة التنفيذية فى اتخاذ القرارات الحاسمة فيما يختص بالموضوعات الخطيرة كالحرب أو السلام أو الثورة أو استقرار النظام •

وهنا يبرز سؤال : هل مجموع الناخبين هو الشعب فى الدولة الديمقراطية الحديثة ؟

والحقيقة تبين بالارقام أن الناخبين لا يمكن اعتبارهم ممثلين للشعب لأن آراءهم لا تعبر فى الواقع تعبيرا صحيحا عن المصالح الحيوية للمجتمع ٠

فاذا فرضنا أن عدد الشعب ٢٠ مليون نسمة ٠

وأن مجموع الناخبين هو ٤ ملايين نسمة أى ⅕ عدد الشعب ، فاذا أجرى انتخاب يحضر للادلاء بالأصوات ٣ ملايين نسمة مثلا ٠

واذا كان بكل دائرة انتخابية مرشحان فان الأصوات ستوزع ، فيمكن أن نتصور أن مجموع الذين سيعطون أصواتهم للمرشحين الفائزين هو ١½ مليون نسمة ٠ فمعنى هذا أن ١½ مليون نسمة يمثلون ٤ ملايين (مجموع الناخبين) ٠

أى أن النسبة المئوية هى : $\frac{\text{١½ مليون}}{\text{٤ ملايين}}$ أى $\frac{٣}{٢} \times \frac{١}{٤} \times \frac{١٠٠}{١} =$ ٣٧٫٥٪

أى أن مجموع أعضاء المجلس البرلمانى يمثل فقط ٣٧٫٥٪ من الناخبين ، فاذا عرض مشروع قانون ، فاننا فى الأنظمة الحزبية نجد أن نصف الأعضاء تقريبا أو أكثر بقليل هم الذين سيوافقون على المشروع ، أى يمكن القول ان ٢٠٪ من آراء الشعب هى التى وافقت على القانون ٠

وهذا معناه أن البرلمان لا يمثل الشعب الا بنسبة ٢٠٪ فى أى قرار !

فهل هذا هو حكم الشعب بالشعب لصالح الشعب ؟

وكيف يكون الحال لو أن هؤلاء ال ٢٠٪ لهم مصلحة خاصة فى مشروع القانون ؟ فمعنى هذا أنه فى الدول الديمقراطية الحديثة لا نجد معنى لسلطة الشعب الفعلية ٠

وعلى ذلك يمكننا أن نقرر أن مجموع الناخبين لا يمكن أن يكون بأى حال من الأحوال مساويا لمجموع أفراد الشعب ٠

هذا التناقض بين المعنيين أو الوضعين هو الذى أثار الاشكال وهو الذى استندت اليه الديمقراطية الحديثة فى رأيها بأنه ليس من حق الناخبين أن يدعوا بأنهم يمثلون مصلحة الشعب بأجمعه ، هذا الادعاء الزائف هو الذى يتوسل به النواب لاغتصاب السلطة من الهيئات التنفيذية وهو الذى يتوسل به زعماء الأحزاب ، لارهاب الحكام وكم من موبقات وجرائم ارتكبت باسم الشعب وباسم الدفاع عن مصالحه ٠

وهناك نظرية أخرى تقول ان الشعب أو الجماعة تنقسم الى رأى عام قائد ورأى عام مثقف ، ورأى عام منساق ، وتقول هذه النظرية اننا نعيش فى عصر الرأى العـام القائد على أسـاس أن الرأى العـام القائد هو القادة أو الفلاسـفة أو العلماء ، أو الزعماء ، وهم فئة تؤثر فى وسائل الاعلام والدعاية وفي الشعب ولكنها لا تتأثر بوسائل الاعلام والدعاية ·

أما الرأى العام المثقف فهو المتعلمون أو المثقفون الذين يتأثرون بوسائل الاعلام والدعاية ولكن قد يؤثرون فى وسائل الاعلام ·

أما الرأى العام المنساق فهو غالبية الشعب أو الجماعة وقد تكون أمية أو من أنصاف المتعلمين ، وهؤلاء يؤمنون بكل ما يرد فى وسائل الاعلام ويأخذونه على أساس أنه قضية صادقة مسلم بها ·

أما أصحاب نظرية أن هذا العصر هو عصر الرأى العام القائد فانهم يبنون فكرتهم ، على أن الشعب يمكن أن يتأثر بكل ما يقوله القادة والزعماء ، فالشعب يمكن اعتباره كما قال هتلر « كالنساء أو الأطفال يحبون الرجل القوى الجبار حتى لو كان ظالما ويرفضون قول الزعيم الضعيف ولو كان منصفا » ·

وقد بنى كل الدكتاتوريين فكرتهم على أساس هذا التعريف ، ولذلك فانهم يحكمون بالحديد والنار ·

أما أولئك الذين يأخذون بفكرة أن هذا العصر هو عصر الاعلام والدعاية ، فيبنون فكرتهم على أساس أن الناس فى هذا العصر ليس لديهم الوقت أو المعلومات الكافية ليفندوا كل ما تقوله أجهزة الاعلام والدعاية ، لذلك فانهم يأخذون كل ما يسمع أو يرى أو يشاهد فى أجهزة الاعلام والدعاية على أساس أنه صحيح تماما ، وبتكرار والحاح كل ما تنشره أجهزة الاعلام والدعاية فان النتيجة لدى غالبية الشعب أو الجماعة تكون هى السمع والطاعة ، وهكذا يكون سلوك هذا الشعب أو تلك الجماعة مطابقا ومتفقا تماما مع الفكرة التى يذيعها وينشرها رجل الاعلام والدعاية ·

(١)

التجربة اليابانية فى الدعاية والاعلام

ولدينـــا ــ كمثل لهذا الموضوع كله ــ الدعاية اليابانية قبل وأثناء وبعد الحرب العالمية الثانية ، وقد استخدم فيها الامبراطور الحاكم فى اليابان منذ عام ١٩٢٦ حتى يومنا هذا أسلوبا فى الاعلام والدعاية هو التعليم ، وكان لهـــذا الأسلوب أثر كبير فى الشعب اليابانى حتى اليوم منذ عام ١٩٢٦ ٠

كما استخدم هذا الأسلوب، على أساس أن الامبراطور هو أب اليابان أو اله اليابان الذى يجب أن يسمع فيطاع وذلك منذ عام ١٩٢٦ حتى ١٩٤٥ ، أى أنه اعتبر أن عصره فى هذه الفترة هو عصر الرأى العام القائد ، أى أنه القائد الأعلى للشعب ، فغرست هذه الفكرة فى عقول اليابانيين فأخذوا يضحون بحياتهم فى سبيل الامبراطور أولا ، ثم فى سبيل تقدم بلادهم ثانيا ٠

ولما أرادت الولايات المتحدة أن توقع وثيقة الاستسلام فى عام ١٩٤٥ فانها وجدت أن عقيـــدة الامبراطور كرب أو كاله هى العقيدة الســـائدة التى لا يمكن مقاومتها برغم هزيمة اليابان فى الحرب العالمية الثانية فاقترحت هى (أى الولايات المتحدة) أن يبقى نفس الامبراطور حاكما على اليابان بعد الحرب العالمية الثانية وذلك خشية أن يرفض اليابانيون توقيع وثيقة الاستسلام لأنهم (أى اليابانيين) كان فى نيتهم الاستمرار فى الحرب حتى آخر فرد فى اليابان اذا حدث اعتداء أو عزل للامبراطور ٠

وهكذا وجدنا الولايات المتحدة تلجأ الى تحوير الفكرة أو العقيدة التى لدى اليابانيين فيبقى الامبراطور حاكما علىاليابان ، وبعد مدة لجأ «ماك آرثر» الى اجبار الامبراطور على أن يذيع تصريحه المشهور لليابانيين « ما أنا الا بشر مثلكم » ٠٠
I am only a human being like you

ولكن الجزء الثانى من العقيدة التى كان قد غرسها الامبراطور بواسطة أسلوب الاعلام والدعاية ــ وهى : « التعليم » ــ والتى تقضى بوجوب أن تبقى اليابان متقدمة على العالم ، بقيت سائدة ، وهذا هو سر تقدم اليابان حتى اليوم ٠

وهكذا نجد أن عقيدة « ان هذا العصر هو عصر الرأى العام القائد » ، يمكن أن تنتهى كما انتهى سلطان الامبراطور · أما عقيدة « ان هذا العصر هو عصر الاعلام والدعاية » فيمكن أن تلعب دورا هاما وتبقى كما بقيت اليابان متقدمة على كثير من الدول ·

ان الدعاية اليابانية قبل وأثناء وبعد الحرب العالمية الثانية تستحق منا الدراسة لأنها تختلف تماما عن أنواع وأساليب الدعاية الأخرى ·

فمنذ حوالى عام ١٩٢٦ ، عندما تولى الامبراطور الحالى هيروهيتو السلطة عن أبيه ــ ومدة تولى الامبراطور هى لمدى الحياة ــ بدأ فى تنشئة اليابان لتحتل مركزا ممتاز فى العالم · ذلك أنه حاول أن يكون عظيما مثل جده الامبراطور ماجى Maggi الذى كان أول امبراطور يدخل الحضارة الاوروبية الى اليابان ، فقد اتبع الامبراطور ماجى نظام ارسال البعثات الى الخارج على أساس أنه حين يعود المبعوثون فانهم يقومون ــ كمعلمين ــ بتدريب عدد آخر من المتعلمين لارسالهم الى الخارج حتى يتفوقوا فى التعليم ، ثم يرسل هؤلاء المبعوثون الذين يعودون الى اليابان الى القرى · وكان يطلق عليهم اسم فرق العلم للقرية ·

ولم تكن فى اليابان منذ عام ١٩٢٦ حتى عام ١٩٣٩ ــ أى قبل الحرب العالمية الثانية ــ وسائل اتصال بالجماهير أو وسائل اعلام للدعاية الا الصحافة ·

فبدأ الامبراطور هيروهيتو باستخدام التعليم ليحقق العقيدة التى أراد أن يغرسها فى الشعب اليابانى ، كما اتبع أساليب مختلفة فى الصحافة وفى السينما · وكانت العقيدة التى يجب أن يؤمن بها الفرد هى أن يغرس فى نفسه المبادىء الآتية :

١ ــ تدعيم الروح العسكرية :

وضع الامبراطور السلطة كلها فى يد الجيش ، وتولى العسكريون وزارة البحرية وكذلك وزارة الحرب أو الدفاع · أما بقية الوزراء فلم تكن بيدهم أى سلطة فاذا استقال وزير الدفاع أو البحرية استقالت كل الحكومة ·

٢ ــ غرس التضحية بالروح فى سبيل الوطن أو العقيدة مع غرس النظام والاخلاص فى كل عمل يقوم به المواطن ·

٣ ــ جعل العقيدة التى يعتنقها الشعب هى أن الجنس اليابانى يتفوق على الأجناس الأخرى وأن يشعر اليابانى بان الوطنية اليابانية هى أعلى الوطنيات

وأن يفخر أكثر من اللازم بوطنيته ، وأن يؤمن بأن الأجناس الأخرى أقل من الجنس اليابانى وأن أساس الشخصية اليابانية أن يقول اليابانى « اننى يابانى - واننى أفخر بأن أكون يابانيا » . كذلك أعلن الامبراطور أن اليابان من جنس عال وأن اليابان سيدة آسيا ، وأن الجنس اليابانى أحسن جنس فى العالم وأن اليابان مركز العالم .

٤ - أعلن الامبراطور هيروهيتو قانون التعليم الامبراطورى ، ويعتبر هذا القانون الامبراطورى للتعليم أساس غرس العقيدة اليابانية .

٥ - جعل الامبراطور كل طالب فى المدرسة يقرأ هذا القانون أربع مرات سنويا فى الاحتفالات الوطنية التى كانت تمثل :

(أ) عيد ذكرى الامبراطور الجد « ماجى » .

(ب) عيد ميلاد الامبراطور الحالى .

(ج) العيد الوطنى لليابان .

(د) يوم رأس السنة .

٦ - ثم بدأ الامبراطور بعد ذلك يدعو الشعب للايمان بقانون التعليم الامبراطورى وأخذ كل تلاميذ المدارس فى اليابان وفى جميع المراحل يهتفون لمدة خمس دقائق فى طابور الصباح كل يوم بملخص هذا القانون .

٧ - ملخص القانون الامبراطورى ، كما كان يردده الطلبة فى المدارس - والعمال فى المصانع - كل يوم ؛ هو :

أولا : اننى أعبد والدى فى البيت .

ثانيا : اننى أعبد الامبراطور لأنه والد الشعب كله .

ثالثا : اننى اعبد المنظمة التى انا منها (سواء أكانت مدرسة أو مصنعا) .

رابعا : اننى أعبد قريتى ، وأعبد مدينتى ، وأعبد وطنى .

خامسا : اننى أحترم كل من هو أكبر منى سنا .

سادسا : اننى احترم كل أصدقائى وابناء وطنى وأكون طيبا معهم جميعا .

وهكذا غرس هذا القانون مبادىء حب الوالدين والوطن بل الارتباط الوثيق بأرض الوطن واعتبار الامبراطور من السلالة الالهية وحب النظام والتضحية فى سبيل الوطن مع الاخلاص فى العمل ٠

٨ ــ ثم أعلن الامبراطور أن كل السياسة مبنية على حرية الرأى ومبنية على الرأى العام ــ ولكن كان هذا قولا وليس فعلا ــ وأن الصحافة حرة ــ ولكنه أخذ يتدخل فى الصحافة فحرمها كل حريتها وقيدها وسيطر عليها ــ وكانت هى الوسيلة الوحيدة للاتصال بالجماهير وبذلك أخذ الشعب كله ينظر الى الامبراطور على أنه رب البلاد ٠

٩ ــ ولما بدأت الحرب العالمية الثانية كانت اليابان متفقة تماما مع ألمانيا النازية وايطاليا الفاشية ٠

وبذلك تكون المحور الثلاثى ٠ أما الاتحاد السوفييتى فعقد مع اليابان ميثاق عدم اعتداء ، لأن روسيا كانت قد هزمت فى حربها عام ١٩٠٢ مع اليابان ٠

١٠ ــ عندما بدأت اليابان تتفق فى يوليو ١٩٤٥ عند انتهاء الحرب مع الولايات المتحدة على شروط التسليم حسب اتفاقية بوتسدام ١٩٤٥ قدمت الحكومة الأمريكية عرضا لليابانيين بابقاء الامبراطور الحالى فى مركزه على أساس أنه يمثل شخصية اليابان ٠ وكانت أمريكا تعتقد أن اليابانيين سيقاتلون حتى الموت لأن الشعب اليابانى يعبد الامبراطور نظرا لقوة العقيدة التى غرسها بوساطة قانون التعليم اليابانى ٠

١١ ــ فى ٦ أغسطس ١٩٤٥ ألقت أمريكا القنبلة الذرية الأولى على هيروشيما ثم أعقبتها بقنبلة ذرية ثانية على نجازاكى فى ٩ أغسطس ١٩٤٥ ، وهذا بالرغم من اتفاق أمريكا مع اليابان فى جنيف على التسليم نهائيا ٠ كما أعلن الاتحاد السوفييتى فسخ ميثاق عدم الاعتداء من طرف واحد ، مع اعلان الحرب على اليابان فى ١٣ أغسطس ١٩٤٥ أى بعد انتهاء الحرب ، الأمر الذى جعل اليابانيين يعتبرون ذلك عملا عدوانيا ، ولذلك لم يوقعوا مع الاتحاد السوفييتى معاهدة تعاقدية الا بعد أكثر من عشر سنوات ٠

١٢ ــ لم يسمع الشعب اليابانى صوت الامبراطور فى الاذاعة اليابانية الا مرة واحدة فى ١٥ أغسطس ١٩٤٥ حينما أعلن بصوته ، استسلام اليابان ٠

١٣ ــ طلب « ماك آرثر » القائد الأمريكى من الامبراطور الحالى أن يعلن انه ليس الها بل انه ليس الا بشرا فقال كلمته المشهورة :

« I am not God, I am only a human being ».

وذلك حتى يزيل كل آثار العقيدة التى غرسها فى نفوس اليابانيين بأنه أب الشعب اليابانى وأنهم يعبدونه لذلك ، وهكذا قامت الولايات المتحدة تدريجيا بعملية غسل مخ للشعب اليابانى ٠

وكان الشعب يسترخص الموت فى سبيل الامبراطور الذى وضع فى مصاف الآلهة فى نظر الشعب ٠

١٤ ـ أخذت الولايات المتحدة تحث الشعب اليابانى على أن يكره الحرب بكل وسائلها لأن عقيدة الشعب اليابانى كانت مبنية على تفوق الجنس واذكاء الروح العسكرية ٠ لذلك حرصت أمريكا بعد ١٩٤٥ على ألا يؤمن الشعب اليابانى بالتسلح ، وحين طلبت أمريكا من الشعب اليابانى فى عام ١٩٥١ أن يبدأ فى التسلح مرة أخرى رفض الشعب اليابانى هذا الطلب نهائيا لأنه كان قد آمن بعدم اهمية الحرب له ، ولو أن هناك محاولات أخرى من أمريكا اليوم بأن يبدأ الشعب اليابانى فى عملية التسلح وأعطته حق صنع أحدث الطائرات (فانتوم) ، ولكن هناك معارضة شديدة ضد التسلح فى اليابان ٠

١٥ ـ أصبح الشعب اليابانى يؤمن بعقيدة جديدة هى رخاء اليابان الاقتصادى ويرفض الحرب والتسلح للحرب ، لهذا تفوق اقتصاديا على دول العالم كله ٠

١٦ ـ حين أخذ الجنرال أيوب خان رئيس جمهورية الباكستان السابق يهاجم اليابان لأنها أبرمت اتفاقية تجارية مع الهند أفضل من اتفاقيتها مع الباكستان ، وقال عن الرجل اليابانى انه حيوان اقتصادى Economical Animal لم يعتبر الشعب اليابانى قوله اهانة ، بل اعتبره دعاية له ثم أخذه شعارا له ، فنجد فى كتاب اليابان السنوى هذه العبارة التى يعتبرها اليابانى علامة على تفوقه الاقتصادى ٠ كذلك حينما قال الجنرال شارل ديجول عن رئيس وزراء اليابان انه بائع الترانزستور Salesman of the Transistor أخذ الشعب اليابانى يستخدم هذه العبارة دليلا على تفوقه فى الالكترونيات ٠

١٧ ـ مما يجدر ذكره أن الشعب اليابانى قبل وأثناء الحرب العالمية الثانية كان متحدا وكله حماس ولم تكن هناك وسيلة اتصال قوية ما عدا الصحافة التى كانت خاضعة تماما للامبراطور ، لكن أقوى شئ فى اليابان كان التعليم ، ومع ذلك وبرغم أن عقيدة الجنس انتهت ، كما انتهى حب القتال ، فان أسس القانون الامبراطورى للتعليم غرس فى نفس اليابانى عنصر التفوق الذى تحول اليوم ليصبح التفوق الاقتصادى على العالم ٠

١٨ ـ أما من ناحية الدعاية الخارجية قبل وأثناء الحرب العالمية الثانية فقد كانت ضعيفة للغاية ، كذلك فان سمعة اليابان الخارجية من ناحية تأييد الرأى العام العالمى كانت ضعيفة وخصوصا أنها لم تلق أى اعتبار لعصبة الأمم أو لأى رأى عام خارجي واهتمت بالداخل ، على أساس أن قوة اليابان هى فى تعليم شعبها .

تحليل العقيدة اليابانية :

١ ـ لا شك أن قوة العقيدة اليابانية مازالت مستمرة حتى اليوم على أساس قانون التعليم الامبراطورى . واذا أردنا تحليل هذا القانون فانه يتفق تماما مع الحضارة الشرقية وما تؤمن به من **أن التعـليم هو أقوى البذور التى تغرس فى نفوس الشعوب ويتوارثها الناس جيلا بعد جيل** . لذلك فان استخدام الامبراطور للتعليم فى اليابان كان له أكبر الأثر لأنه مستمد من الفلسفة الشرقية ، فقد قال كونفوشيوس « **اذا أردت الرفاهية لشعبك لمدة عام فازرع له أرزا .. واذا أردت المجد لشعبك مائة عام فالوسيلة الوحيدة هى أن تقوم بتعليمه ... وفى رأينا أنه اذا أردت الرفاهية لشعبك الى الأبد فابعث المبعوثين باستمرار الى الخارج ليأتوك بمعارف كل العالم** » .

٢ ـ وفى رأينا أنه اذا أردنا تحليل عظمة اليابان وجبت علينا دراسة التعليم اليابانى وأسـلوبه لأنه اذا كانت الدعاية تخلق الفرد بوسائل التأثير المختلفة والادعاءات المتعددة حتى تستميله الى وجهة نظر خاصة بصرف النظر عن سلامتها أو عدم سلامتها ، فان التعليم يحاول أن يطبع الفرد بطابع الاستقلال فى حكمه على الأشياء وعن طريق الاستقراء والاستنباط وان شئنا بتعبير أدق قلنا ان التعليم هو عملية تنشئة اجتماعية .

٣ ـ ان الامبراطور اعتبر أن التعليم هو أرقى من أى دعاية ـ وهى لم تكن معروفة بمفهومها الحديث ـ فاذا كانت الدعاية تؤثر عاما أو عدة أعوام فان أثر التعليم يبقى أعواما وقرونا فى نفوس الشعب والأجيال القادمة وهذا ما حدث بنجاح فى اليابان .

٤ ـ غرس قانون التعليم الامبراطورى فى الشعب حب الصغير للكبير سواء أكان هذا الكبير هو الوالد أو رب العمل أو كل من هو أكبر سنا ، أو الامبراطور الذى أصبح فى مرتبة الاله .

٥ ـ كان الامبراطور يرى أن التعليم فى سعيه المتواصل انما يهدف الى طبع الأفراد بطابع خاص يؤدى بهم الى نوع من السلوك يطابق تقاليد المجتمع ،

ويتمشى مع روحه ، حتى يستطيع الفرد أن يبنى شخصيته مع الزمن ويتعلم النظام وكيف يبنى وطنه ويفاخر به ٠

وهكذا كان أساس نجاح اليابان هو التعليم ٠

٦ - اذا كنا قد أشرنا الى أن اليابان اهتمت بالجبهة الداخلية وتقويتها وأهملت الدعاية الخارجية ، وجب أن نشير الى أنها لجأت الى أسلوب اقتصادى فى الخارج يبرهن على قوتها ويمثل الدعاية الأساسية لرفع شأنها فى الخارج ٠

فقد اتبعت فى الخارج سياسة الاغراق ، وهى سياسة اقتصادية ناجحة لها آثارها الاقتصادية والسياسية فى الميدان الدولى ٠

وقد اتبعت اليابان هذه السياسة فى أسواق دول كثيرة خارجية ، فقد كانت تبيع كميات من السلع المنتجة فى اليابان فى الأسواق الخارجية بأثمان منخفضة عن السعر السائد فى السوق بغرض القضاء على المنافسين ، وأن تكون السلعة اليابانية دعاية قوية للشعب اليابانى وعنوان تفوقه ٠

وفى الفترة الواقعة بين الحربين العالميتين كانت سياسة اليابان فى الاغراق تتخذ صبغة تخطيطية حيث قامت حكومة اليابان ، من أجل تحقيق سياسة الاغراق بطريق مباشر وغير مباشر ، باعانة التصدير والانتاج بشتى أنواعه هادفة بذلك الوصول الى أغراض سياسية واقتصادية ٠ وقد اتبعت اليابان أسلوب الاغراق الاستغلالى وهو الذى يتعمد الحاق الضرر بالدولة المستوردة أو اقتناص سوقها وعملتها أو التأثير عليها سياسيا واقتصاديا ٠

وقد حصلت اليابان (شأنها فى ذلك شأن ألمانيا النازية التى اتبعت هذا الأسلوب بطريقة أخرى فى فترة ما قبل الحرب العالمية الثانية) على عملات أجنبية بكميات كبيرة كان لها أثر واضح فى دعم صناعتها الحربية ، بل فى الحقيقة غزت اليابان العالم اقتصاديا عن طريق الدعاية التجارية بأسلوب الاغراق ، وما زالت الشعوب العربية تذكر مزايا الحرير اليابانى سواء من ناحية الجودة أو من ناحية انخفاض السعر وعرفت هذه الشعوب اليابان عن طريق سلعتها التى كانت تتسلل الى كل بيت لجودتها وانخفاض ثمنها ٠ وقد استعانت اليابان لتحقيق هذه الأغراض بمزايا عديدة للنظام الاقتصادى اليابانى نظرا لانخفاض معدل الأجور وانخفاض معدل الأرباح ، وتشجيع الحكومة اليابانية للمصانع اليابانية لتصدير منتجاتها وتقديم العون المالى لها ٠ **هذا وسنعرض لهذا كله بالتفصيل فى الفصل القادم ، الذى نتحدث فيه عن الدعاية التجارية ٠**

كذلك كانت عقيدة التعليم قد غرست حب التضحية واسترخاص الحياة فى سبيل الوطن ، واحترام الصغير للكبير ، وحب النظام وخلق شخصية المواطن اليابانى المؤمن بشخصيته اليابانية وبتفوقه على غيره فى كل الميادين وذلك بالعلم والتمسك بحضارته .

وهكذا نجد أن السر الحقيقى فى تقدم اليابان أساسه الاعلام والدعاية .

٧ — نلاحظ أن أسلوب الامبراطور الحالى فى اليابان منذ عام ١٩٢٦ ، ومنذ أن تولى الحكم عام ١٩٤٥ هو أن الشعب اليابانى لم يسمع صوته اطلاقا الا فى يوم استسلام اليابان ، بعكس ما كانت تقوم به الدعاية النازية التى جعلت هتلر يستخدم الاذاعة دائما والخطابة طوال حكمه فى أثناء الحرب العالمية الثانية ، وكذلك بعكس موسولينى وتشرشل ، بل ان فرانكلين روزفلت — رئيس الولايات المتحدة الأمريكية — كان يستخدم الاذاعة كل أسبوع فى حديث غير رسمى يمهد فيه لقراراته وكانت هذه الأحاديث مشهورة باسم «Fire-Side Chat» — أى : « دردشة حول المدفأة » .

لكن سر قوة العقيدة اليابانية كانت نابعة — كما أشرنا — من تلقين الشعب يوميا ، ما جاء فى قانون التعليم الامبراطورى الذى هو أسلوب من أساليب الدعاية والاعلام .

وهكذا يتضح أنه يمكن — كما ذكرنا — لرجل الاعلام والدعاية أن يلعب دورا هاما فى حياة بلاده فى العصر الذى يعيش فيه .

(٢)

الدعاية الفاشستية

كان موسـولينى يعتبر كل مواطن فى ايطاليا فاشستيـا ، ينتمى الى الحزب الفاشستى وذلك لكى يكون للحزب قوة داخل البلاد ٠

وكان موسولينى يعمل على تهيئة أفراد الشعب جميعه عندما يريد أن يخطب فى الجماهير ٠ وكانت وسيلته الى ذلك أن يحشد الاجتماعات بالشباب الحزبى الفاشستى الذى يقوم بالقاء الأناشيد المختلفة ، ثم يلقى الخطباء الخطب الرنانة ؛ وأخـيرا يحضر موسولينى الاجتمـاع بعد أن يكون أفراد الشعب جميعهم قد تهيأوا للاستماع الى هذه الخطب ٠

كما كان موسولينى يحب دائما أن يعلن بنفسه أى خبر هام فى الحشود الجمـاهيرية وتنقله الاذاعـة عن موسولينى رأسـا ٠ فمثلا أعلن عن اجتمـاع ضخم فى روما سيحضره موسولينى وبدأ الاجتماع بالأناشيد من الشباب والخطب من الخطباء وكانت الموسيقى تعزف الأناشيد الحماسية ٠ وأخيرا جاء الدوتشى (أى القـائد) راكبا موتسيكلا بسرعة فائقة ، وكان الدوتشى يقود الموتسيكل بنفسه رافعا يدا باشارة الفاشستية ويده الأخرى تقود الموتسيكل ودخل الى منصة الخطابة ٠ وقال المذيع : « الدوتشى سيتكلم » ، فبدأ الدوتشى خطبته : « اليوم تلقيت برقيـة من القائد الايطالى بدخول القوات الايطـالية المسـلحة أديس أبابا ٠٠٠ » ٠ وهنا مضى أكثر من نصف ساعة والشعب كله يهتف بصفة مستمرة بحياة الدوتشى ٠ ولم تشهد ايطاليا هتافا أو مظاهرة فى تاريخها مثل ما حدث فى هذا اليوم ٠ واذا كان المثل الانجليزى يقـول « لاشىء ينجح مثـل النجاح » : Nothing succeeds like success فاننا فى الحقيقة نجد أن تعلق الشـعب الايطالى كله بالدوتشى كان يرجع للانتصارات الخارجيـة والانجازات الداخلية ٠٠٠ فاستيلاؤه على ألبانيا ثم استيلاؤه على الحبشة جعل الشعب الايطالى كله يتعلق به ٠ كذلك فان مشروعاته الداخلية وخصوصا تنظيمه الهجرة الى المستعمرات الايطالية والبلاد الخارجية ومعاونته للايطاليين على الهجرة وتشجيعه لهم لكى يكونوا دعاة لايطاليا فى بلاد العالم ، وكذلك المشروعات الضخمة الداخلية التى قام بها ؛ كل ذلك جعل الشـعب يضعه فى مصاف عظماء العـالم ٠ ولكن

حينما انهزم موسولينى فى أواخر أيامه لم يقف الشعب الايطالى ـ وبالذات فى ميلانو ـ مع الدوتشى وهو يخطب فى الكنيسة فى ميلانو الا من باب الشفقة والرحمة والتعلق بمجد الدوتشى الزائل باعتباره رمزا للامبراطورية الايطالية • ولكن بعد مضى أسبوع واحد ، حينما حاول الدوتشى الهروب الى الحدود ، وكان على بعد عدة أميال من الحدود فان جماعة من الشيوعيين كانت تطارده قبضت عليه وحاكمته بسرعة وحكمت عليه بالاعدام رميا بالرصاص • وجاء قائد هذه الجماعة بجثة موسولينى الى ميلانو ، فاذا الشعب الايطالى فى ميلانو يقذف جثة موسولينى بالقاذورات وعلقوا هذه الجثة من قدميها فى حبال فى شوارع ميلانو •

وهكذا نرى أن الدعاية دائما تلازم النجاح • أما فى حالة الفشل فتنقلب الجماهير على أعز قائد لها •

ولا ننسى أن نابليون حينما كان فى أوج انتصاراته وحين طلب ياوره منه أن يخرج الى المنصة لتحية الجماهير الغفيرة ، تردد وقال له « يجب ألا تنسى أن هذه الجماهير التى تهتف لى اليوم هى التى ستهتف ضدى فى المستقبل » •

وهكذا يجب على رجل الاعلام والدعاية أن يلاحظ ان عقل الجماهير متغير مع الظروف وان الرأى العام الفعلى من الصعب أن يثبت على رأى ، ويتبين من ذلك أهمية قياس الرأى العام بصفة مستمرة حتى يكيف الداعية دعايته حسب ردود الفعل عند الجماهير •

ولقد كانت هناك قوتان ضد موسولينى تعملان سرا بوسائل الدعاية المستترة وهما ألبانيا (بطرس الثانى عشر) وكذلك ملك ايطاليا ؛ والأول ساندته الطبقة الارستقراطية فى البلاد ، على حين أن الثانى سانده الفاتيكان . وكان موسولينى لا يعبأ بهذه الدعاية التى كانت تستخدم الهمس والشائعات • وكم قال موسولينى هازئا حينما كانوا يحذرونه مما يفعله الفاتيكان من دعاية الهمس « كم فرقة حربية يمتلكها الفاتيكان ؟ » ولكن كان لهذه الدعاية تأثيرها القوى البطىء ضد موسولينى ، فكانت الكنيسة دائما تعمل بكل الوسائل للمناداة بالسلام بينما كان الدوتشى يعمل من أجل الحرب ويخطط من أجل الحرب • ولكن استخدام الفاتيكان للدين والسلام جعل غالبية ساحقة من نساء ايطاليا تتمسك بالكنيسة لأنها تعطى السلام للشعب ولأبنائها • وكانت هذه الروح التى بثتها الكنيسة فى كل أسرة من خلال كل أم لأسرة أكبر الأثر فى روح السلام وكراهية الحروب ؛ لهذا كانت روح معاداة الحرب وحب السلام هى العقيدة الثابتة فى نفوس الايطاليين ومن ثم كان كرههم للقتال والقتل •

واعتمد الفاتيكان على النساء وأثر فيهن • وهنا نجد أن فى انتخابات ابريل ١٩٤٨ التى كانت أهم انتخابات فى التاريخ كله ــ وهى الانتخابات التى جرت بين الحزب الديمقراطى المسيحى تساعده الولايات المتحدة الأمريكية ، وبين الشيوعيين برئاسة الزعيم تولياتى ــ انه راج القول بأنه اذا كسب الشيوعيون الانتخابات فان ما يترتب على ذلك هو أن يصبح النظام فى ايطاليا شيوعيا أى خلق دولة كقوة شيوعية فى حوض البحر الأبيض المتوسط فقام الفاتيكان بالتصريح الدينى بمنح المرأة حق الانتخاب وبذلك أعطت الغالبية صوتها لصالح الحزب الديمقراطى المسيحى • بل ان الفاتيكان تدخل أيضا فصرح بأن كل من يعطى صوته للحزب الشيوعى سيحرم عليه دخول الجنة •

وكان موسولينى يستخدم دائما كتاب « الأمير » من تأليف ميكافيللى كمرجع لدعايته فكان يضعه بجوار سريره دائما • ولكن أساليب دعاية ميكافيللى وضعت كما قال ميكافيللى نفسه لوقت معين ولظروف معينة ، لهذا فان تطبيقها فى ظروف مختلفة وازمنة مختلفة عن أيام ميكافيللى لا يتفق مع سياسة ميكافيللى التى شرحها فى كتابه « الأمير » ؛ هذا بالرغم من أن سياسة ميكافيللى سياسة خاطئة أصلا ومبنية على أساس أن الغاية تبرر الواسطة •

وكان الشباب يؤمن بسياسة موسولينى ولكن الشيوخ كانوا يتهامسون ضد هذه السياسة • وكانت علامة « P F » : Parti Fachist التى توضع فى عروة سترة الشباب موضع سخرية وهمس وتترجم على أنها : Pain Famili أى « أكل عيش » •

كذلك كان موسولينى لا يؤمن بالتأميم بالرغم من ادعائه بأن حزبه اشتراكى ، ولكنه كان يعتبر ــ كما جاء فى الدستور ــ أن صاحب الأرض أو المالك هو مدير ادارة للحكومة أى أنه يدير أرضه أو أملاكه بالنيابة عن الحكومة ، فى الوقت الذى لا تتدخل الحكومة فى ملكية الأرض أو الممتلكات الخاصة ولكن تخصها فقط بالضرائب المختلفة• كذلك لجأ الى نظام المشاركة بين العمال وأصحاب الأرض ــ أى اعتبر أن صاحب الأرض يقدم ملكية الأرض والآلات وأن العامل يقدم جهده وعرقه ، ومن ثم فان الانتاج يكون شركة بين الاثنين •

وكان يعتبر هذا نظاما اشتراكيا فلم يمس اطلاقا الملكية الخاصة لأفراد الشعب •

(٣)

الدعاية النازية

قام هتلر بدعاية ضخمة لنظامه على أساس علمى ٠٠ واذا ذكرنا كلمة الدعاية فلا بد أن نذكر جوبلز وزير الدعاية الألمانى الذى كان له فضل كبير فى ادخال النظم الدعائية الحديثة ٠ وكلنا يذكر ما كانت تقوم به الدعاية الهتلرية ابان الحرب العالمية الثانية فى اذاعتها العربية ٠٠ وكان لها تأثير قوى فى جميع الشعوب العربية ٠٠ وما زالت الموسيقى الحربية التى تعزف بقوة قبل نشرة الأخبار التى يذيعها المذيع العربى من راديو برلين – « يونس بحرى » – ترن فى آذان الذين سمعوها بالرغم من مضى أكثر من ثلاثين عاما على الحرب العالمية الثانية ٠٠٠ اننا نتذكر أن جوبلز قد ألغى مناصب وكلاء الوزارة ليركز الدعاية كلها فى يده ويخاطب ستة من مديرى الادارات الذين يعملون معه بتوجيهات تصدر لهم كل ساعة من ساعات النهار ٠

والحقيقة ان الجدة التى أتاحها هتلر وجوبلز للدعاية الحديثة لهى غاية فى العظم . صحيح انهما لم يبتدعا الدعاية ولكنهما غيرا من شكلها، بل اننا لنستطيع القول بأنهما قد دفعا بها الى الكمال ٠ ان العالم يعرف اليوم ما انتهت اليه هذه الابتكارات ، ومع ذلك فان العدد الكبير من التكتيكات والطرائق التى استحدثتها النازية فى ميدان الدعاية ما زالت بصرف النظر عن هذا الجو المحموم بالهذيان والكراهية الذى ازدهرت فيه موضع اهتمام ودراسة ، فليس هناك ما يمنع من انتساب هذه التكتيكات والطرائق من الآن فصاعدا الى ترسانة الدعاية السياسية ٠

وعلى حين ان الدعاية فى رأى « لينين » هى ترجمة للتكتيك بسبب أن الأهداف التى تقدمها هى أهداف تكتيكية مقصودة يتجه اليها الفعل فى واقع الأمر ، فان الأمر مختلف عن ذلك بالنسبة للدعاية النازية ؛ فعندما يعلن « جوبلز » ان الشعب الالمانى يحارب « للذود عن الحضارة المسيحية » فليس لهذا التوكيد عنده أية حقيقة واقعية ، فهى ليست غير صيغة ملائمة تهدف الى تعبئة جماهير جديدة ٠ لقد أفسدت الهتلرية التصور اللينينى للدعاية حين جعلت منها سلاحا مستقلا بذاته تستخدمه دون أن تحفل بخدمة أى هدف ٠٠ فكلمات الأمر اللينينية لها أساس عقلى وان استندت فى النهاية الى غرائز وأساطير حيوية ٠ ولكن عندما كان هتلر يمطر جمهرة استولى عليها التعصب بادعاءاته

عن الدم والجنس فتحييه « يحيا النصر » فانه لم يكن يحفل الا باثارة الحقد وحب السيطرة الى أقصى حد فى الأعماق العميقة لهذه الجمهرة · ومثل هذه الدعاية لا تحدد أهدافا عيانية ، فهى تنشر فى صورة صرخات حرب ولعنات وتهديدات وتنبؤات غير محددة · فان كان ولا بد من الوعود فهى وعود لا تتفق والمنطق بحيث لا يمكن أن يصدقها الكائن البشرى الا حينما يكون فى حالة من الحماس وحينما يستجيب دون تفكير أو وعى · وينبغى أن نستعرض تاريخ التغيرات المتعاقبة التى عانتها .ومرت بها مواضيع الدعاية الهتلرية خلال الحرب الأخيرة منذ غزو « المجال الحيوى » حتى « الدفاع عن الشعب » مارة « بأوروبا الجديدة » « والذود عن القيم المسيحية » ·

ففى هذا ما يرينا ان الدعاية لم تعد مرتبطة بتقدم تكتيكى ذلك أنها قد غدت هى نفسها تكتيكا وفنا قائما بذاته له قوانينه الخاصة ، فنا يستخدم على قدم المساواة مع الدبلوماسية أو الجيوش · وحين ننظر الى الدعاية فى ذاتها من ناحية قوتها الباطنة ، أى ما تنطوى عليه بطبيعتها من قوة ، فانها تبدو فى الواقع كما لو كانت مدفعية سيكولوجية تستخدم كل ما من شأنه أن يصدم ويزعزع الكيان ، بحيث لا تهم الفكرة ما دامت الكلمات تحقق الغرض ·

ولقد أدرك الديكتاتوران الفاشيان — هتلر وموسولينى — تمام الادراك ان احتشاد الجماهير المعاصرة فى حشود ضخمة يهيىء لخططهما امكانات هائلة ، فأفادا منها دون ما تحرج أو خزى وفى احتقار تام للشخصية الانسانية · « ان الرجل الحديث » — فى رأى موسولينى — « مستعد للتصديق بشكل يدعو الى الدهشة » · ولقد اكتشف هتلر من جانبه « ان الجمهرة — فى احتشادها — تتخذ طابعا أكثر عاطفية وأكثر تأنثا لأن الشعب — فى غالبيته العظمى — يجد نفسه فى حالة نفسية من الأنوثة بحيث تتحدد آراؤه وأفعاله عن طريق انطباعاته الحسية أكثر مما تتحدد عن طريق التفكير الخالص » · ذلك هو سر نجاح الدعاية النازية فى الجمهرة الالمانية : تغلب فيها الصورة على التفسير والحس البدائى على العقل المنطقى · وكلنا قد سمع ولا شك عن دق الطبول المستمر الذى صحب هتلر وهو فى طريقه الى المنصة فى مؤتمر نورمبرج ، وعن المفتاح فوق منضدته الذى يسمح له بتغيير الاضاءة وفق هواه ·· ونستطيع من وجهة النظر هذه أن نفهم أيضا التجاء النازية واستعانتها بالمرأة فى أكثر مشاعرها بعدا عن المنطقية ، بل وأن نفهم نجاح النازية فى هذه المهمة · انه هتلر الذى أعلن : « عندما نصل الى الحكم ستحصل كل ألمانية على زوج » ·

وتمد الدعاية الهتلرية جذورها الى أكثر المناطق حلكة فى اللاشعور الجمعى مثيرة الى حد الاصطدام نقاء الدم والغرائز الاولية للفتك والتدمير ، بل وعاقدة

الصلة عن طريق الصليب المعقوف مع أقدم الأساطير الشمسية . ومن ناحية أخرى تستخدم الدعاية الهتلرية فى صور متعاقبة مواضيع مختلفة بل ومتناقضة حاصرة جل همها فى توجيه الجماهير الى الموقف الحاضر فحسب . ولقد تنبه ج. مونورو J. Monnerot الى هذا الطابع الذى يطبع الدعاية القومية الاشتراكية من حيث انها غير منطقية ومنعدمة الوحدة فى نفس الوقت فقال : « لقد انقض الهتلريون فى ألمانيا على كل المواضيع التى يمكن استخدامها ، انقضوا على كل ما يتفق ولو أدنى اتفاق مع غرضهم الراهن » .

وقد نجحت هذه الدعاية بالفعل ، ليس فى تعبئة شعب فحسب ، بل نجحت أيضا فى أن تصيب بعض الشعوب الأوروبية اصابة بالغة .. ان الجهد الذى اضطلعت به لجبار حقا .. فلم يترك هتلر وجوبلز شيئا للصدفة فى هذا المجال . فكانت كل مظاهرة ـ بالمعنى الواسع ـ تعد اعدادا فى غاية الدقة ، وبلغ من دقتها أن فطن هتلرالى أن ساعات الأمسيات أكثر صلاحية من غيرها من ساعات اليوم لسلب ارادة الغير فالانسان فى المساء مستعد للاستماع الى أى رأى وقوة معارضته تقل فى المساء عنها فى الصباح وحتى الجمهور أيضا كان يتم « اعداده » . فقد حلت كل الجماعات والجمعيات والهيئات الحكومية حتى يختفى كل حاجز وسيط ، وحتى يجد الفرد نفسه بغير دفاع أمام تأثيرات الدعاية .

وحتى تستطيع الدعاية النازية النجاح على هذا النحو بالرغم من تناقضاتها ومغالاتها ، وحتى تستطيع أيضا بعث الحماسة والرعب فى الجماهير فلا بد أن نسلم بأن تأثير هذه الدعاية لم يكن يتجه الى مستوى الشعور والفكر بقدر ما يتجه الى مناطق أخرى فسيولوجية ولا شعورية حيث تجد بعض الأهواء والعادات غير المعقولة أو المتناقضة من وجهة نظر المنطق ما يحقق لها أن تتوازن وأن تسيطر وتهيمن . ويوضح الكاتب الروسى المتخصص « تشاخوتين » فى كتابه « اغتصاب الجماهير بالدعاية السياسية » سر نجاح الدعاية النازية عن طريق تأويل يستند الى نظرية « بافلوف » فى الأفعال المنعكسة الشرطية .

وتستطيع الدعاية السياسية أيضا استخدام الغريزة الجنسية ، فتمثيل الوحدة القومية بصورة امرأة جميلة مثل ماريان ، بالنسبة الى فرنسا ، لينتسب الى هذا الضرب من الأفعال المنعكسة وان يكن انتسابه ضئيلا فى هذه الحالة ، ولكن التشريط الذى حققته النازية يستند بصفة خاصة فى جملته الى غريزة القـوة .

فعظمة الرايخ وسعادة جميع الالمان قد ربطت بالحزب القومى الاشتراكى ولكن الالتجاء الى الحجج بعد الحجج والتفسيرات بعد التفسيرات حتى تتراكم الحجج

والتفسيرات للتدليل فى كل حالة من الحالات على أن الأهداف هى بعينها أهداف الحزب ، لأمر شاق ومجهد ولا شك ، كما أن أثرة ضئيل ·· وهكذا ارتبطت الفكرة التى يراد نشرها بهذا الوجه ، بهذا الرمز ، بهذا الشعار ، بهذه الصيحة .. فعندئذ لن تكون هناك حاجة الى البرامج المفصلة والأدلة الواضحة··ففى الصليب المعقوف ، وفى التحية الهتلرية ، فى هذا وذاك ، الكفاية كل الكفاية ·· ناهيك عن صورة الفوهرر التى تنشر منها ملايين النسخ ·· فما أكثرها من صيحات يسيل لها لعـاب شعب بأسره · ومع ذلك فان الرمز ـ كمثير ثانوى ـ يفقد قدرته كما رأينا اذا لم تتجـدد حيويته ويتجـدد نشاطه عن طريق ربطه من جديد مع المثير الأول ·

ومع ذلك فان هذه الرموز هى بمثابة تذكير بالقدرة والقوة واثارة القلق ، أكثر منها تذكيرا بالوعد واثارة للعظمة ·

واننا نعرف الميكانيزم الأساسى للرعب الهتلرى · وقد أصبح الصليب المعقوف ، هذه الصورة البسيطة ، أصبح ، طبقا لما ذكره تشاخوتين فى كتابه « اغتصاب الجماهير بالدعاية السياسية » رمزا للتهديد يثير بطريقة لا شعورية الأفكار التالية : « هتلر هو القوة ، القوة الوحيدة الحقيقية ··· وما دام كل الناس معه ، فينبغى أن أكون أنا أيضا ، أنا رجل الشارع ، معه ··· معه ان كنت أرغب فى الحياة » ·

وتستطيع أن ترى الأهميـة العـظمى للايقاع الذى اتبعه الهتلريون فى دعايتهم ، فهى لم تتوقف قط ـ لا فى الزمان ولا فى المكان ـ مقيمة بذلك حاجزا صوتيا متصلا يمسك بأنفاس الشعب · وفى الحالات التى كان يبدو فيها المرمى بعيدا ، كان على الدعاية أن تترك روح الشعب « تنضج » بحسب التعبير المستخدم وذلك حتى تكون مهيأة فى اللحظة المطلوبة · وهناك مجالات تسعى الى هدفها فى اضطراد متزايد بطىء الايقاع وبوسع الأحداث أن تزيد من ابطائه · وفى بعض الحالات الاخرى كان اضطراد التزايد أكثر سرعة وأكثر دارمية كما حدث فى الأسابيع القليلة السابقة على غزو تشيكوسلوفاكيا · ولكن الضربة فى جميع الحالات تمت فجأة وبدون اعلان سابق ومن ثم فقد كانت الدعاية تمسك بالمشايعين فى حالة متصلة من الحماس المشبوب حتى ساعة الصفر ، أما عن الخصم فقد كان يعيش طوال الوقت يترقب الانذار متفكك النفسية وشبه ناعس ·

ان الطريقة الهتلرية هى أن تكون الدعاية كلا لا يتجزأ كالسيمفونية · وحين كانت تركد السياسة الدولية كانت الدعاية النازية تعاود اثارة مشكلة

اليهود . وعلى النقيض من ذلك ابان الحرب اذ نجد أن الموضوع الآرى المعادى للبلشفية هو الذى يخلى السبيل للأسطورة الهائلة ، أسطورة أوروبا الجديدة ، أوروبا الحديثة ، أوروبا وريثة القيم المسيحية منتصبة فى وجه البربرية البلشفية ... لم يكن هناك أدنى اكتراث بنقاش أو تدارك أو استدراك وانما الأمر مجرد وسيلة جديدة صالحة لخدمة الغرض . هكذا أيضا توقفت الدعاية المعادية للسوفييت فجأة فى أغسطس عام ١٩٣٩ لتستأنف نشاطها فى يونية عام ١٩٤١ ، ولكن العزف يثير الضجيج الصاخب بحيث لا تستطيع غير قلة من هواة التفكير أن تلحظ انفصام التسلسل المنطقى . فالقاعدة تنحصر بالذات فى عدم اتاحة الوقت للتفكير .. تتابع الدعوات الى صناديق الانتخابات مع الاعلان عن المعركة وقائمة الأغراض الجديدة .

ولقد دهش كثير من الملاحظين ابان القاء هتلر لخطبه من منظر الأفراد وقد تجمدوا فيما يشبه الغيبوبة . والحق ان النازية بتلاعبها المرة بعد الاخرى بطرفي الحياة العصبية ـ ونعنى الرعب والحماس ـ قد استطاعت الامساك بالجهاز العصبى داخل المانيا وخارجها . وهذا يرجع فى نهاية الامر الى حالة نفسية واحدة ، ألا وهى حالة العاطفة التى تشتمل على شتى الدرجات الواقعة بين الخوف والحماسة .

وكثير من الرجال الذين ساروا وراء هتلر وماتوا من أجله كانوا يكرهونه ، ولكن طرق الدعاية الهتلرية وايقاعها جعلهم فى حالة من التنويم المغناطيسى بكل ما فى هذه الكلمة من معنى .. كانوا فاقدين للارادة ومن ثم فقدوا القدرة على الفهم والقدرة على الكراهية . والحق انهم لم يكونوا يحبون هتلر ولا يكرهونه وانما كانوا مسحورين به فاستحالوا الى دمى بين يديه .

ومن المعروف أن الدعاية الصحيحة لا تتخذ غير غرض واحد فى نفس الآن ، أى تركيز التوجيه نحو مرمى واحد خلال فترة معينة . ولقد مارس الهتلريون على أفضل نحو طريقة التركيز هذه ، فكانت ألف باء تكتيكهم السياسى : اتحاد مع الأحزاب البورجوازية والرجعية ضد الماركسية ـ ثم اتحاد مع اليمينيين القوميين ضد الأحزاب البورجوازية ـ وأخيرا التخلص من القوميين ... كانوا يرتبون الأمر دائما بحيث لا يكون أمامهم غير عدو واحد .

ولقد استخدمت الدعاية الهتلرية النبأ بطريقة منهجية كوسيلة لتوجيه الأفكار . فالأخبار الهامة لا تنشر قط على حالها وانما كانت لا تظهر الا وهى محملة بدلالة معينة ومعبأة بشحنة دعائية . كان التغليظ هو الشغل الشاغل

للداعية الهتلرى • فاننا نقرأ ما يلى فى كتاب « كفاحى » : « ينبغى على كل دعاية أن تحدد مستواها الفكرى تبعا لما عند أضيق العقول فى جمهورها من طاقة على الفهم » •

والتكرار يعتبر من الدعائم الأولى للدعاية الجيدة • وفى هذا الصدد قال جوبلز « ان الكنيسة الكاثوليكية قد استطاعت البقاء لأنها تكرر نفس الشيء منذ ألفين من الأعوام • وينبغى على الدولة القومية الاشتراكية أن تسلك نفس الطريق » • وطبقا لتعليمات جوبلز يجب أن يكون التكرار فى صور متوافقة تلائم مختلف الجماهير فلا بد للجمهور المختلف من عرض مختلف • وقد ذهب جوبلز فى حرصه على ملاءمة الدعاية للجمهور الى حد انه كتب فى مذكراته : « ان الدعاية فى ميدان الثقافة ما تزال أكثر الدعايات فعالية بالنسبة للفرنسيين » •

وهكذا نجد أن الحملة المعادية للسامية قد اضطلعت بها الجرائد فى أخبارها وتعليقاتها والمجلات العلمية فى مناقشاتها حول مفهوم الأجناس والسينما كفيلم « اليهودى سوس » وكانت هذه المادة تعدل بما تقتضيه عقليات الشعوب فى جميع وسائل الاعلام •

وتقتضى الوقائع أحيانا مدة دعاية أطول بكثير مما نقدر • وهكذا كانت الحملات النازية بصفة خاصة تمضى من بدايتها الى نهايتها وفقا لطريقة منهجية دقيقة • فجوبلز - باحيائه للتقليد البسماركى - قد توصل « بالضغط » الى ما توصل اليه الرئيس الحديدى بفساد ضميره ؛ توصل الى « صندوق الأفعى » أى الاسترقاق الشامل للصحافة . ونرى هنا آلات الأوركسترا تتلاحق فى تسلسل وفق « نوتة » معدة من قبل. ولم تتورع الدعاية النازية عن استخدام الخبر الكاذب بلا حياء كوسيلة للاقناع أو للاثارة• وتكذيب الخبر الكاذب هو عادة عديم الجدوى اذ أنه من العسير جدا أن تضطلع بالتكذيب دون أن تبدو وكأنك تدافع عن نفسك كمتهم •• والذى يحدث هو أنه كلما كان الكذب جسيما ازداد تأثيره على الناس وصعب تضحيحه • اذ ان الجمهور يفكر عادة على النحو التالى : « انهم ما كانوا يجرؤن على توكيد شيء كهذا لولا انهم على ثقة من الأمر » • وقد عرف هتلر ان تصديق الأكذوبة يزداد تبعا لجسامتها فقال « ان أكثر الأكاذيب افتراء تترك دائما أثرها حتى حينما يظهر انها ليست من الواقع فى شيء » • تلك حقيقة يعرفها قدامى الأساتذة فى فن الكذب •• والذين لا يزالون يعملون على النهوض به الى حد الاتقان •

ولكن الى أى حد تستطيع الدعاية القائمة على التشويه والغش واختلاق الوقائع ، الى أى حد تستطيع هذه الدعاية أن تحل محل الحقيقة ؟ هذا السؤال

أجاب عليه النازيون اجابة أولى تذهب الى أنه من الميسور دفع شعب الى أن يعيش فى عالم وهمى مصنوع بأكمله ، فى عالم لا صلة له بالواقع ، فى عالم يقاطع تماما كل معايير الصـدق • لقد نجحت الدعاية الهتلرية ـ تارة باختلاق الوقائع ، وتارة بتحريفها ـ فى متابعة كل تطورات الحرب حتى أبعد الوقائع عن صالحها • ولنأخذ مثلا على ذلك نقطة الاستدارة فى هذه الحرب ، وكانت بحق أتعس نقطة بالنسبة لألمانيا ، ألا وهى ستالنجراد ، ففى المرحلة الاولى من هذه المعركة عزفت الدعاية النازية مارش النصر وأعلن هتلر أنه سيحتل ستالنجراد وقتما يشاء • وحينما حوصرت الجيوش الالمانية أذاع هتلر انه سيدافع عن ستالنجراد حتى النهاية ، وان مصيرها مرتبط بمصير ألمانيا • ولما أبيدت الجيوش الالمانية لم يعد هناك مجال لغزو ستالنجراد ولا للدفاع عنها ، ولكن الدعاية جعلت التضحية المهدرة لثلثمائة ألف رجل ملحمة أسطورية •

ومع هذا فان استخدام الرقابة وتزييف الأنباء ينقلبان فى نهاية الأمر ضد الدعاية فحين يتكشف ان الدعاية تحتكر الأنباء كيما توجهها على هواها فانه ينشـأ عن ذلك رد فعل ، ويجتهد النـاس فى البحث عن مصادر أخرى للأنباء تكون غير مزيفة أو تسمح لهم على الأقل بسماع نغمة أخرى • وهكذا تنشأ تحت القشرة الرسمية للأنباء الموجهة شبكة متخفية للأنباء تنقل الأخبار « من الفم الى الأذن » •

فالمبالغة فى توجيه الأنباء تثير اذن قوة مضادة تستطيع رغم ضعفها النسبى أن تضايق الدعاية الرسمية مضايقة كبيرة وان ترغمها أحيانا على المهادنة • وقد أدرك النازيون هذا الخطر فتزايد اتجاههم للاستماع للاذاعات الخارجية • والأدهى ان هذا الاستماع أصبح فى وقت ما شبه رسمى عن طريق نشرة كانت مخصصة فى الأصل لكبار المسئولين ولكنها ما لبثت أن تداولتها كل دواوين الحكومة • وكان جوبلز فى مذكراته يصب جام غضبه فى مناسبات عديدة على تكاثر الأنباء المتناقلة والنشرات السرية ، وانتهى ذلك بأن أقر فى حزن بأنه : « فى الأوقات المضطربة ينبغى دائما تهدئة العطش الى الأنباء بطريقة أو بأخرى » •

وكان جوبلز يعمل على جمع الأنباء الهامة بطريقة منهجية وينظم ازاءها دعاية مضادة حتى « يعادل » تأثيرها ، تارة عن طريق الخطابة وتارة عن طريق الصحافة أو الراديو والسينما ، بل وأحيانا باستدعاء « شهود » أجانب هم عادة من المراسلين الموالين • ولما كانت التنبؤات والنبوءات والتنجيمات تتكاثر فى مثل هذه الحالة ، فانه لم يتردد فى أن يستصدر تأويلا رسميا لتنبؤات «نوسترادامو س» التى كانت فى صالح أهداف الرايخ • واليك هذا المثال المعروف بنوع خاص

بدلالته على براعة جوبلز ··· ففى نهاية صيف ١٩٤٣ نشرت الشائعات الشعبية خبر اعدام عدة شخصيات كبيرة من أقطاب النازى ، وعندئذ قام جوبلز بالمزايدة بأن أصدر الى أجهزته المتخصصة اشارة بأن تنشر شائعة بأن هتلر نفسه قد قبض عليه وقدم للمحاكمة مما أحدث أثرا عميقا ، ولما جاءت اللحظة المناسبة ظهر هتلر فى كل مكان مما أدى عن طريق رد فعل مضاد الى تحطيم كل الشائعات المتكاثرة حول هذا الموضوع وهذا هو تدمير شائعة كاذبة بشائعة أكثر منها كذبا ولكن بحيث تستطيع اثبات كذب هذه الأخيرة ·

ورد الفعل التلقائى ازاء الاسراف فى توجيه الأنباء ليس الا وجها من أوجه عدم التصديق الذى أصاب الدعاية على ما يبدو بنفس الخدر الذى وسعت به من سلطانها · فالكذب والصفاقة التى اتسمت بهما الدعاية الهتلرية حقا قد فرضا على الدعاية المضادة أن تلتزم عرض الوقائع فى بساطة وصراحة · وقد أدرك تشرشل ذلك على التو مستعينا بالخلق الرياضى للشعب الانجليزى ، فبدأ بذلك عبقرية سياسية · فبدلا من أن يقاوم المبالغات الهتلرية بنشرات تحمل انتصارات وهمية فانه كان يقدم أمام مجلس العموم وصفا موضوعيا تماما للموقف لا يخفى شيئا من الضربات البالغة العنف التى كانت تصيب المدن الانجليزية ، ولا من الهزائم الاولى التى لحقت بالجيوش البريطانية · وبدلا من أن يعد بحرب منعشة مرحة ، وعد الانجليز « بالعرق والدموع والدم » وقد كانت هذه الصراحة أجدى من الطنطنات · فالرجل الذى لا يخفى جوانب الضعف فى قضيته ، والذى يعترف فى اللحظة المناسبة بأخطائه ويعد بتصحيحها — وقد عرف لينين هذه القاعدة ومارسها دائما — هذا الرجل يوحى بالثقة أكثر من الرجل الذى يعيد بلا كلل ذكر مواطن قوته · ومهما يكن عظم نجاح الدعاية الاسطورية للرايخ الثالث ، فلا يجوز لنا أن ننسى أن بضع كلمات بسيطة فى لهجة موضوعيــة وصراحة مطلقة ، كانت أجدى كثيرا فى انقاذ الحرية من أية طنطنة فى الايام الحالكة من خريف عام ١٩٤٠ ·

ان عصرنا الذى عرف النجاح الساحق لدعاية قائمة على الكذب ، ليحمل فى نفس الوقت علامات فشلها الذريع ، فالخطب الملتهبة ، والبلاغات الكاذبة ، والأحاديث الشاعرية أدت فى النهاية الى مضاعفة العطش الى الوقائع ·

ولقد انتهى جوبلز نفسه الى الاعتراف بذلك ، اذ كتب فى مذكراته يقول : « ان استجواب الأسرى الانجليز فى ســان نازير قد أوضح أنهم ينتبهون الى الأنباء أكثر من التعليقات وانى لأستخلص من ذلك هذه النتيجة : ألا وهى أن علينا أن نعدل اذاعتنا باللغات الاجنبية تعديلا شاملا ، فلقد انقضى وقت الاذاعات الطويلة » ·

لقد استبيح الكذب الى حد أن الحقيقة البسيطة العارية بدت أقوى أسلحة الدعاية • فاذا ما نفذت هذه الدعاية ما وعدت به فذلك ما يربك العدو • ولقد دهش جوبلز من هذه الطريقة الفريدة التى مارسها السوفييت فى بعض قطاعات الجبهة فقال : « فى قطاع الجبهة الخاص بمجموعة جيوش الوسط مارس البلشفيون عن طريق مكبر الصوت دعاية من أغرب الدعايات•••أعلنوا أنهم سيهجمون بعد أربعة أيام • وقد سبق للعدو أن كشف مرة عن خططه بهذه الطريقة ، ثم هجم بالفعل فى اليوم الموعود • وان الانسان ليحار أمام هذا الفهم الغريب للدعاية ، لأن العدو بتصرفه على هذا النحو لم ينجح الا فى مضاعفة خسائره ، والحقيقة ان هذا اللون من الدعاية ليس فيه شيء من الغرابة ، لقد تعود البلشفيون ممارسته فى بداية حركتهم فانهم ـ كما لاحظ لودفيك نودو Ludovic Naudeau فى صحيفته « التفاهم » ، يعملون فى وضح النهار وعلى المكشوف وبجسارة ، لا يمضغون كلامهم ولا يخفون مقاصدهم حتى لتذهب دعايتهم الى تحديد اليوم الذى سيحملون فيه السلاح ، واليوم الذى سيستولون فيه على السلطة » •

فطريقة استغلال النازيين للدعاية عودت الناس على النظر الى الدعاية باعتبارها وسيلة للافساد والكذب • ورد الفعل هذا سليم فى صميمه • ولكن عاقبته وخيمة : فالدعاية وهى وظيفة سياسية طبيعية تصبح مخجلة فتنحسر الى الأنباء وتحتمى وراء الأخبار والاحصاءات ، ولم يعد أحد يطيق الحديث عن الدعاية ، وانما عن « الوثائق » و « الأنباء » و « التحقيق الصحفى (الربورتاج) » . وهكذا تتخلى الدعاية شيئا فشيئا عن شاعريتها وتغدو احصائية يوما بعد يوم •

الرأى العام :

كان هتلر ينظر الى الرأى العام نظرة خاصة ولذلك قال : ـ

« لن أقف عند الطريقة التى يجرى بها انتخاب ممثلى الأمة ، أو الأساليب التى يلجأون اليها للحصول على المراكز الغالية على قلوبهم ، فالشعب الذى لايتحلى بوعى سياسى لا يؤمل منه حسن اختيار ممثليه فى البرلمان » •

كما كان لهتلر رأى خاص فى الصحافة ، فقد قال فى كتابه « كفاحى » : ـ

« والرأى العام لا يعتمد على الخبرة الشخصية أو على معرفة الأشخاص ، فهو يستسلم للدعايات التى تسيطر عليه بدون أن يشعر • والصحافة هى الموجه الوحيد وهى التى تنشىء الجمهور سياسيا ، بواسطة ما تنشره من أخبار ، فهى

مدرسة يتلقى فيها الجمهور علومه اليومية · وقد سنحت لى الظروف وأنا فى فيينا أن أختلط مع صانعى الآراء ومع ناشريها ، فأدهشتنى سهولة الأسلوب الذى يمكن هؤلاء من أن يخلقوا تيارا معينا يوجهون بوساطته الجمهور ولو تعارض مع مصالح الشعب وأمانيه · ففى أيام قليلة تتمكن الصحف من اسدال الستار على القضايا الهامة التى لا يلبث الجمهور أن ينساها ، والعكس بالعكس » ·

وكان هتلر يرى أن الصحافة يجب ألا تخضع الا للحزب لتأثيرها الكبير ؛ ولذلك فانه حينما تولى السلطة وضع الصحافة تحت اشرافه · وكان هتلر يقول قبل تولى السلطة : —

« ··· وهكذا نجد أن الدعايات الصحفية فى أكثر الأحيان يمكنهـا أن تقدم الى الرأى العام أشخاصا لا وزن لهم على أنهم أبطال الأمة وأملها فتوفر لهم جمهورا ضخما من المؤيدين ، حتى لو كانت سمعتهم الماضية ملوثة · فالدعايات الصحفية تتمكن من محوها · أما اذا أرادت الصحافة محاربة رجـل شريف ، فاليهود بسفالتهم المعروفة لا يتورعون عن وصمه بكل نقيصة حتى أنهم يصلون الى انتقاد حياته الخاصة وفضح أسرار عائلته ، واذا لم يجدوا شيئا يصمونه به ، فانهم يلجأون الى تلفيق الأخبار فى الصحف آملين أن يعلق منها شىء فى أذهان الناس ··· تلك هى العصابة التى تخلق الأخبار وتوجه الرأى العام ، الذى ينبثق منه البرلمانيون ممثلو الشعب » ·

البرلمان والصـحافة :

ان عقيدة هتلر هى أن البرلمان لا يمكن أن يؤدى هدفه المطلوب لأنه يعارض طريقة العمل البرلمانى ·· وقال هتلر فى ذلك : —

« ان وصف المؤسسة البرلمانية وصفا دقيقا شاملا يحتاج الى بضعة مجلدات ، ولكن يكفى لتكوين فكرة عن عقم هذا النظام أن ننظر الى ثمار نشاطه ونتائج أعماله » ···

« ماذا يجرى داخل البرلمان ؟

« ينتخب المواطنون عددا معينا من الرجال والنساء فى بعض البلدان ، مثلا خمسمائة . وحسب النظام يعود لهم الحق كنواب الأمة فى أن يتخذوا القرارات الحاسمة فى شتى الميادين ، مما يجعل منهم فى الحقيقة حكاما لأنهم يختارون الحكومة

التى ستتولى شئون الدولة ظاهرا ولكنها لاتخطو خطوة واحدة قبل أن تستجدى الموافقة من المجلس • فكيف يجوز أن تتحمل الحكومة مسئولية أعمالها ما دامت القرارات النهائية فى يد البرلمان ؟

« ان الحكومة هى أداة التنفيذ لما يتخذه المجلس من مقررات ولا نقر بكفاءتها الا حين نلمس تفوقها على الأكثرية البرلمانية ، أو استمالتهم الى رأيها • ومهما يكن الأمر فان استجداءها لموافقة الأكثرية ينزل بها عن مستوى الحكومة الحقيقية.

« أما اذا كانت أهدافها العمل الصالح فان الأكثرية ستخذلها ولن تقوى على الصمود بمنطقها السليم وعملها الصالح •

« ان مساوىء هذا النظام تبدو واضحة فالنواب يؤلفون مجموعة من المتناقضات متنافرة الاتجاهات ، متضاربة النزعات ، تقودهم عواطفهم ومصالحهم الشخصية ومصالح القوى التى تحركهم ، وفى نفس الوقت لا يتحملون مسئولية أعمالهم لأن النظام البرلمانى يلقى بتلك المسئولية على غيرهم •

« كيف يمكن للشعب أن يطمئن الى وضع مقدراته الاقتصادية بين يدى مجلس يضم أفرادا قلائل من حملة الشهادات الجامعية ؟ وهذا ما ينطبق على سائر القضايا •

« ان الأبطال نجدهم، بل يجب أن نبحث عنهم بين أفراد الشعب. فالشعب هو العنصر المناضل القوى الذى يستمر فى المعركة الى نهاية الطريق ، وهذا العنصر المناضل كان ينقص الحركة الجرمانية ، فلم يبق أمامها والحالة هذه الا دخول البرلمان والعمل على لغمه من الداخل •

« لقد خيل اليهم ان فى امكانهم مخاطبة الجماهير وتنويرهم من خلال خطبهم النارية داخل البرلمان ، وباعتقادهم ان المجلس سيصبح كمنبر عام يتوجهون منه الى الأمة جميعا • ولم يعلموا ان الجمهور لا يمكنه الاستماع اليهم الا عن طريق الصحافة التى تطالعه كل يوم بأخبار الندوة البرلمانية اما بطريقة محرفة أو ممسوخة •

« ان الحفل الذى يمكن أن تخاطبه مباشرة هو الآلاف من المستمعين فى الساحات والميادين العامة أو القاعات المعدة للاجتماعات • وانه من البساطة الاعتقاد أن العقائد السلبية كفيلة باجتذاب النواب الى الاستماع •

العقيدة هي أساس كل حزب :

بنى هتلر فلسفته على أساس العقيدة • ولا يمكن أن تقوم الدعاية بنجاح الا على أساس عقيدة راسخة • قال هتلر : ـ

« لقد كان على الحزب أن يعلم أن قيامه بشكله الجديد سيباعد بينه وبين النجاح الا اذا بنى عقائده على الفلسفة ، اذ أن كل حركة قومية بحاجة الى الدعامة الكافية التى تتيح لها قوة الاستمرار وهذه القوة تستمدها من المفاهيم الفلسفية للحركة التى يدعو اليها المجلس ، فالأكثرية التى ترجح الكفة مؤلفة من مجموعة من الجهلة تبقى هى نفسها مهما كانت صفة المواضيع المطروحة على المجلس • أليس من المضحك أن يحكم الجهلة فى جميع القضايا السياسية لتضيع آراء النخبة فى زحمة الصراخ والفوضى ؟

« قد يقول قائل ان النائب يتقيد بتوجيه الحزب الذى ينتمى اليه مع العلم ان فى الحقل البرلمانى لجانا تضم خبراء فى شتى الميادين • ولكن ما هى الفائدة من انتخاب خمسمائة نائب طالما أن بضعة عشر منهم فقط يفهمون ويعون ما هو مطروح أمامهم من مشاريع ؟ » •

وقد وضع هتلر عقيدته وعمل على نشرها بكل وسائل الدعاية المختلفة وهنا يقول : ـ

« ان أية عقيدة أو فكرة لن يكتب لها النجاح ما لم تعتنقها أكثرية الشعب وتبدى استعدادها للنضال من أجلها » •

العقيدة لا ينفذها الا مؤمنون بها :

وحرص هتلر بعد أن رسخ عقيدته على أن يكون كوادر صالحه تؤمن بهذه العقيـدة ، وتعمل على تنفيذها ولذلك اختار الـكوادر من أشـخاص يتحلون بالشجاعة ••• يقول هتلر : ـ

« ان العقـائد الفلسـفية بحاجة الى زعمـاء شـجعان قادرين على البذل والتضحية ، وبذلك يتقدم لخدمتها وللدفاع عنها مناضلون يقتحمون الموت بخطى ثابتة ، لا يطمعون فى وظائف ومراكز سهلة التناول • بل يجب على الزعماء أن يحيطوا جماهيرهم ومؤيديهم علمـا بأن طريق الـكفاح طويل وشـائك ولكن

المستقبل سيحمل للجيل المقبل السعادة والازدهار ، ولن يعطى ثماره فى الوقت الحاضر ، واذا لوح الزعماء بالوظائف والمراكز فسرعان ما يجتاحها الوصوليون والانتهازيون ، ويأتى اليوم الذى يتسلط فيه هؤلاء على الحزب فيصبح المناضل الشريف دخيلا على الحركة التى قامت على ساعده ٠

« وبانتصار نشاط حركة الوحدة الجرمانية داخل البرلمان توافر لديها عوضا عن الزعماء ، المكافحون ٠

« وقد علق أنصار الحزب الآمال الكبيرة على رجاله فى البرلمان وانتظروا المعجزة الكبرى ، ولكن سرعان ما خابت آمالهم ولم يتحقق شىء من الوعود الكثيرة ، وعملت الصحافة على توسيع الخلاف فكانت تغفل اظهار مواقف النواب الألمان المشرفة ، وفى نفس الوقت انقطعت الصلات التى كانت تربط أنصار الحزب بعضهم ببعض ، فقد اجتذب البرلمان الخطباء الذين توقفوا عن الاجتماعات ومخاطبة الجماهير وجها لوجه مما يقوى حماسة النفوس ويثبت الايمان بقضيتهم وعدالتها ٠

« لقد أضاعت الحركة طابعها الشعبى فانتقلت الى ناد للجدال والنقاش منذ أن انتقل خطباؤها من الساحات الى المجلس النيابى ٠ واذا كانت الصحافة قد لعبت دورها فى تقوية مواقف النواب الألمان داخل البرلمان ٠ فان غيابهم عن ساحة النضال الفعلى وانقطاعهم عن ناخبيهم كانا من أهم العوامل التى فتحت المجال أمام الصحافة لتنجح فى اثارة نقمة الشعب على الحركة الجرمانية » ٠

الجماهير والعقيدة :

حرص هتلر على أن تكون الجماهير مؤمنة بعقيدته ، وذلك بوساطة خطة دعائية طويلة المدى ٠٠٠ وفى ذلك يقول : —

« ان أى حركة ترقب أهدافا بعيدة المدى ينبغى لها أن تحافظ على الصلات الوثيقة بينها وبين الجمهور ، وأن تدرس كل قضية على ضوء هذه الحقيقة وتنفذ مخططاتها حسب هذا الاتجاه ، وأن تبتعد عن كل ما من شأنه أن يخفف من تأثيرها على الجماهير الشعبية لأن أى مشروع كبير لن يتحقق بدون مساعدة ومساهمة الجماهير » ٠

الفكرة لا تحاربها الا الفكرة :

كان أسلوب هتلر فى القضاء على الشيوعية مبنيا على فلسفة هامة هى أنه لا يمكن القضاء على عقيدة ما الا بعقيدة أقوى منها .. ولهذا قال فى ذلك :

« ان الشبه كبير بين العقيدة المحصورة فى نطاقها الضيق وبين الكائن الحى وهو لا يزال طفلا . فهو يتعرض للأمراض فى مرحلة الطفولة ، انما السنين تكسبه مناعة كافية . وهكذا الفكرة أو العقيدة يسهل القضاء عليها قبل أن تنمو وتنتشر ، أما اذا جاء التدمير بعد انتشارها ، فان النتائج ستكون مخيبة للآمال للأسباب الآتية :

« ان الشرط الأساسى لنجاح المكافحة الفعالة لعقيدة ما ، هو الاستمرار فى محاربتها بدون هوادة ، أما اذا كان هناك بعض التسامح ، فالعقيدة لا تلبث أن تستجمع قواها وتعود الى نشاطها من جديد . لكن الاستمرار فى المكافحة يجب أن يقوم على أساس عقيدة أخرى ، والا فان الاستمرار فى القمع يبدو مترددا لافتقاره الى الركائز التى تدعمه .. لهذا نجد أن جميع المحاولات التى بذلت لقمع فكرة الماركسية قد باءت بالفشل .

« أما ما اتخذه بسمارك من تدابير ضد الاشتراكيين فانه لم يؤد الى نتيجة مرضية ، وذلك لعدم وجود فكرة أو عقيدة مضادة . وقد اضطر بسمارك فى النهاية لا سيما بعد أن جنح الاشتراكيون نحو الماركسية الى الاستعانة بالديمقراطية البورجوازية ، أى بكلمة أخرى بالاشتراكيين المعتدلين لمكافحة الماركسيين ، وكان عمله هذا كالذى يوصى القط بقطعة الجبن » .

رأى النازية فى دعاية الحرب :

كان هتلر يرى انه يتعين على ألمانيا ، بعد فشلها فى الحرب العالمية الأولى ، أن تعيد النظر فى أسلوب الدعاية ولذلك قال :

« كانت الدعاية على جانب عظيم من الأهمية ، فهى أداة لتنوير الأذهان من جهة ولخداع من يراد خداعهم من جهة ثانية . وقد لفت نظرى أن الأحزاب الاشتراكية والماركسية كانت تتقن هذا الفن الذى لم يتعلمه سواهم من الأحزاب المناوئة عدا الحزب المسيحى الاشتراكى الذى كانت لديه دعايات منظمة .

« وقد لعبت الدعايات دورا بارزا فى الحرب ، وكنت وأنا أراقب نشاط العدو فى هذا الميدان ، أكاد اتفجر غيظا لاغفالنا خطر هذا الفن الفعال · والأدهى من ذلك أن قادتنا لم يفكروا فى اللجوء الى هذا السلاح ، مع انهم لمسوا مدى تأثيره فى معنويات الشعب والجيش ·

« نعم لم تكن لنا دعايات منظمة ، وكانت الدعايات الممسوخة التى نوجهها تعطى نتائج عكسية ، لأن الذين أوكل اليهم تنظيمها لم يحملوا أنفسهم عناء تحديد الغرض منها ومعرفة ما اذا كانت وسيلة أم غاية ·

« لقد كانت غايتنا من أنبل الغايات وأشرفها · فقد كنا ندافع عن حرية شعبنا واستقلاله وتوفير طعـامه وضمان مستقبله · لذلك كان المفروض فى الدعايات أن تركز على هذا الهدف لتذكى روح النضال فى شعبنا لبلوغ النصر ·

« وعندما نكافح من أجل كياننا ، لا يبقى هناك مجال للاعتبارات الانسانية ، لان هذه الاعتبارات هى من صنع مخيلة الانسان ، فمتى زال هو زالت معه الاعتبارات الانسانية لأن الطبيعة لا تعترف بها ·

« ولقد قال مولتكه : «ان أسـاليب القتال العنيفة هى أكثر الأسـاليب انسانية لأنها تعجل فى وضع حد للحرب ، والنضال من أجل الكيان ينفى كل اعتبار جمالى ، لأنه ليس هناك أقبح من ظلم الاستعباد » ·

« نعم لقد كان مولتكه محقا ، وقوله هذا ينطبق على القتال وعلى الدعاية · فالشعب قد حمل السلاح ليدافع عن كيانه ، والدعاية التى تهدف الى اذكاء حماسته الوطنية هى غاية يجب الوصول اليها مهما كانت الوسائل · فكل سلاح ، مهما يكن منافيا لمبادىء الانسانية ، يصبح وسيلة انسانية ما دام الغرض من استعماله الدفاع عن حريتها » ·

هل توجه الدعاية الى المتعلمين أم الى العوام ؟

هذا السؤال العام أجاب عليه هتلر فى أسلوب دعايته النازية فقال :

« يجب توجيه الاعلان الى عامة الشعب · فالمتعلمون يوجه لهم التفسير العلمى للدعايات ، لأن الدعاية لا تحوى من العلم أكثر مما يحويه الاعلان من عناصر فنية · ففن الاعلان يقوم على براعة الرسام فى لفت النظر الى اعلانه المرسوم · فمثلا الاعلان عن معرض فنى : يتطلب أولا ابراز الفن فى المعرض المعلن عنه ،

واعطاء فكرة عن معنى هذا المعرض ، أما الفن فلا يمكن للرسام أن يعطى أى فكرة عنه الا بزيارة المعرض والنظر الى كل لوحة على انفراد » ٠

وكان هتلر ينظر الى قلوب الشعوب لا الى عقولها فقال :

« ان الدعايات تهدف الى لفت نظر الجمهور الى وقائع وأحداث ، لا الى تنوير الشعب على أساس علمى ٠ لذلك وجب التوجه الى قلوب الشعب لا عقوله » ٠

كما كان يهتم بمخاطبة الشعوب وفى ذلك يقول :

« يجب أن تكون الدعاية شعبية لتكون فى مستوى تفكير الشعب ٠ وكلما كان عدد الذين تنقل لهم الدعاية كبيرا ، وجب خفض مستواها العلمى ، ليتسنى لجميع الطبقات تفهمها واستيعاب القصد منها ٠ فالدعاية التى توجه الى قلب الجمهور وحواسه قبل عقله هى التى تكون أشد تأثيرا فيه ، شريطة أن لا تعتمد على التضليل وقلب الحقائق » ٠

وكان هتلر بعد الحرب العالمية الأولى ينتقد دعاية ألمانيا انتقادا عنيفا ٠٠٠ قال :

« لقد ركزت الصحافة الألمانية والنمساوية على السخرية من العدو ، واظهاره بمظهر الجبان ٠ ولكن هذه الدعاية كانت تعطى نتائج معكوسة ، لأن قراء هذه الصحف كانوا يجدون فى ساحات القتال جنودا من الأعداء شجعانا وأقوياء ٠ لذلك عوضا عن تقوية روح المقاومة فى الجنود ، أضعفت من معنوياتهم وأثارت نقمتهم ، بعكس الدعاية الانجليزية التى كانت تبدو معقولة بارعة ، فقد كانت تصور الألمان كقبائل « الهون » البرابرة ٠ فقد كانت تدعو الجندى الانجليزى للثبات واليقظة ٠ وعندما يلمس فى الألمانيين شدة فى القتال ، يتأكد من أن الدعاية التى زودته بها حكومته لم تكن مضللة ، فيقتنع بأن الألمانيين برابرة ٠٠

« لذلك كسبت الحكومة ثقة جنودها ، فأيقنوا أن حكومتهم تصارحهم بالحقيقة مهما تكن جارحة ، بعكس الجندى الألمانى الذى انتهى به العدو الى اعتبار جميع ما تعلنه حكومته تضليلا ونفاقا ٠ وكان فشل الدعاية الألمانية يعود الى اهمال الاعتبارات السيكولوجية ، وعدم ابراز موقف ألمانيا فى شتى الميادين بغير اللجوء الى المقارنة بين ألمانيا والدول الأخرى ٠ أليس من السذاجة أن يعلن أحد معامل الصابون عن انتاجه الجيد ذاكرا أن الصابون الذى تنتجه المعامل الأخرى جيد أيضا ؟ لقد كانت دعاياتنا تقوم على هذا المنطق الأعوج ! فالدعاية لا تكون الا لمصلحة الفريق الذى تعمل له ٠

« لقد أدرك الانجليز أن آراء الشعوب وتصرفها فى أوقات الأزمات انما تأتى نتيجة المؤثرات لا نتيجة التفكير المجرد • فالتأثير الذى يسيطر على الشعب ليس الا الشعور بالحب أو البغض ، بالصدق أو الكذب ، بالقوة أو الضعف •

« لقد اكتشف الانجليز سر الدعاية ، وعرفوا كيف يستخدمونها كسلاح أساسى فجندوا لها رجالا أكفاء ، ونجحوا نجاحا باهرا •

« أما نحن فقد اعتبرنا الدعاية سلاحا ثانويا ، وعهدنا بها الى نفر من حملة الاقلام البعيدين عن الجمهور ، فكانت النتيجة الفشل ••• » •

هذا الذى قاله هتلر عن الدعاية الألمانيـة بعد الحرب العالمية الأولى يوضح اتجاهاته فى الدعاية النازية عندما تولى السلطة وجعل الدعاية النازية تنطق بفلسفته فى الدعاية التى انتشرت فى العالم أجمع •

الدعاية دائما لرفع الروح المعنوية :

كان هتلر يرى أن الدعاية يجب أن تعمل على رفع الروح المعنوية لا لقتلها ، لهذا قال : « بدأت حملة العدو الدعائية عام ١٩١٥ ، وخلال عام ١٩١٨ تدفقت الشائعات والأكاذيب على ألمانيا بشكل ظاهر مما أثر تأثيرا مباشرا على الجيش ، فبدأ يحول تفكيره نحو تصديق ما كان يقوله العدو • وفى الصيف وبعد اخلاء الضفة الجنوبية لنهر المارن ، وقفت صحافتنا الألمانية موقفا مخزيا ان لم نقل مجرما ، وقد رحت أسائل نفسى بألم : ماذا تنتظر السلطات لوقف هذه الحملات المسعورة المضعفة لمعنوياتنا ؟

« ماذا صنعت فرنسا عام ١٩١٤ عندما اجتاحت جيوشنا أراضيها ؟ وما هو الموقف الذى وقفته عام ١٩١٨ عندما أوشكت جيوشنا على دخول باريس ؟ لقد قامت الدعاية لتلعب دورها المنظم فى الهاب صدور الشعب بالحماس مدخلة فى عقولهم أن النصر النهائى سيكون لهم •

« كم تألمت لأننى لم أكن مكان المسـئولين عن الدعاية الألمانيـة ، وهم العاجزون أو المقصرون •

« فى أحد أيام الصيف من عام ١٩١٥ وقعت على احدى النشرات الدعائية التى كان العدو يوجهها ، فقرأت فيها أن المجاعة بدأت تنتشر فى ألمانيا ، وأن الحرب طويلة ولم يعد هناك من أمل لألمانيا فى كسب الحرب ، لذلك فان الشعب الألمانى يريد السلم لكن العسكريين والقيصر لا يريدون له السلم بل الحرب ،

واذا كان العالم قد حمل السلاح ، فليس معنى هذا أنه يحارب شعب المـانيا ، ذلك أن غاية الحلفاء هى معاقبة المسئول الوحيد ! القيصر غليوم ، ولن تنتهى الخلافات الا بعـد اقصـاء القيصر عدو البشرية • ومتى انتهت الحرب ستفتح الشعوب الحرة والديمقراطية ذراعيها للشعب الألمانى كى تتعاون واياه تحت جناح السلم العالمى الدائم ، هذا السلم الذى ستقوم دعائمه على أنقاض الروح العسكرية البروسية ••

« وقد ساهم فى اضعاف معنويات الجنود ، الرسائل التى كانت الزوجات تبعث بها الى أزواجهن شاكيات فيها ما يقاسين من عذاب وحرمان •• وقد حصل العدو على بعض الرسائل مع الأسرى فاستغلها فى دعاياته أحسن استغلال •• وهكذا بدأت الأزمة تتفاقم ، ولكن بقيت هناك معنويات طيبة بين الجنود ، بحيث أنهم كانوا يؤدون واجبهم على أكمل وجه ويدافعون عن كل شبر من أرض الوطن » •

الصحافة مدرسة الشعب فى رأى الدعاية النازية :

قسم هتلر قراء الصحف الى اقسـام واهتم بكل قسم من هذه الأقسام ، وكان يقول :

« الصحافة هى مدرسـة الشعب ومهمتها توجيه الرأى العـام • أما قراء الصحف فكانوا ثلاثة أقسام :

١ ـ الذين يصدقون جميع ما تنشره الصحف •

٢ ـ الذين لا يصدقون شيئا مما تنشره الصحف •

٣ ـ الذين يفكرون فيما يقرأون •

« فالقسم الأول من القراء هم الغالبية الساحقة ، وهم الفئة غير المتعلمة من الشعب التى تعتمد على طبقة المثقفين فى التفكير وتزويدهم بالخلاصة ، لاعتقادها أن الذى يقرأ ويفكر ويدون آراءه لا بد أن يكون مدركا ادراكا تاما للأمور •

« ان هذه الفئة التى لا تفكر هى فريسة سهلة للصحافة التى تتعمد تضليل الشعب بحجة تنويره •

« والقسم الثانى يضم بضعة عناصر من القسم الأول ، انتقلت مع مرور الأيام من الايمان المطلق الى الشك المطلق فأصبحت لا تصدق شيئا مما تكتبه الصحف وهذا الفريق لا يصلح لأى عمل ايجابى •

« أما القسم الثالث فيضم عددا محدودا من المواطنين المؤهلين لأن يفكروا تفكيرا صحيحا يميزون به بين الصالح والطالح • ولكنهم مع الأسف لا شأن لهم ولا تأثير في مقدرات البلاد •

« فالأكثرية الجاهلة هى التى تتحكم فى البلاد وذلك بفضل ما يدعى بنظام الاقتراع العام ، وهذه الأكثرية أرسلت الى البرلمان رجالا مغمورين جعلت منهم الدعايات الصحفية نجوما لامعة • وقد رأينا هؤلاء الممثلين للأمة يحشون جيوبهم بالمال بينما كان شبابنا يضحى بأرواحه فى ساحات القتال •

الصحافة يجب ان تراقب من أجل حرية الوطن :

كانت الدعاية النازية تؤمن بضرورة فرض الرقابة على الصحف من أجل صالح الوطن • وقد قال هتلر فى ذلك :

« أليس من واجب الدولة أن تراقب الصحافة نظرا لتأثيرها القوى على الجمهور ؟ ان حرية الصحافة شيء جميل ، ولكن هذه الحرية تصبح عاملا من عوامل الفساد اذا لم تمارس فى الحدود التى ترسمها مصلحة الدولة والأمة ••

« ان الموقف المخزى الذى وقفته الصحافة قبل الحرب لا يمكننا نسيانه • وقد شددت الصحافة اليسارية على وجوب انقاذ السلام بأى ثمن ، بينما كانت الدول المعادية جادة فى اعداد عـدة الحرب • ألم تبشر صحافتنا بالديمقراطية الغربية وتمجدها وتطالب بتقوية شخصية الفرد وتبشر باضعاف الدولة ؟ ألم تسهم فى محاربة تقاليد شعبنا العريق مزينة له الانغماس فى الملذات التى أتلفت مناعته الخلقية ؟ ألم تحـارب الصحافة مشروع التجنيد الاجبـارى ، وتحرض النواب على عدم منح الاعتمادات للجيش بينما كانت رائحة الحرب تنتشر فى الأجواء ؟

« ولعل المسـئولين قد اتخذوا من كلمة بسـمارك شعارا لهم • ألم يقل المستشار الحديدى ان السياسة هى « فن العمل فى حدود الممكن ؟ » ولكن هذا لا يعنى أن السياسة هى تخبط وارتجال • ومع ذلك فان مستشارى هذه الأيام اعتبروا هذا القول تحريرا لهم من قيود المبادىء والأهداف » •

قيم الشعب والدعاية النازية :

كان هتلر يحرص على ابراز قيم الأفراد الذين يعملون فى الدعاية وينمى هذه القيم ••• قال :

« ان القيم الخلاقة عند الشعوب تحتاج الى الفرصة المناسبة لتبرز الى حيز الوجود . كذلك العبقرية والنبوغ عند الأفراد والشعوب فهى لا تظهر الا بعد أن تتوافر لها شروط معينة » .

لهذا وجدنا أن الدعاية الهتلرية بذلت كل الجهود الممكنة من أجل ابراز مواهب وقيم الشعب الألمانى حتى أصبح مجرد القول بأن أى شخص « ألمانى الجنسية » يدعو الى الاحترام فى العالم . ومن مجموع قيم الأفراد تكونت قيمة ألمانيا العالمية التى أرهبت العالم فى فترة ما قبل الحرب العالمية الثانية وفى المراحل الأولى للحرب العالمية الثانية .

الدعاية النازية تعتمد على الحزب :

يعتبر التنظيم الحزبى الذى وضعه هتلر نموذجا لموهبته فى التنظيم ، ولذلك فانه أدرك أن الدعاية النازية والحزب النازى مكملان لبعضهما البعض ... قال :

« ولئن كان اجتذاب الغالبية هو الهدف الأول لحركتنا ، فاننا أدركنا أن نشاطنا يجب أن يقوم على أسس ثابتة يقوم عليها صرح التعاون بين فئات الشباب الألمانى ، وقد اتبعنا فى عام ١٩١٩ خطة ارتكزت على المبادىء التالية :

أولا : يجب التضحية بكل شىء فى سبيل اجتذاب الغالبية الساحقة الى حركة الانعاش القومى . فالتنازلات الاقتصادية لمصلحة العمال لا تكفى ما لم يرافقها ادخال الطبقات الشعبية فى الجسم الاجتماعى الذى هو جزء لا يتجزأ منها . فلو حافظت النقابات على مصالح العمال أثناء الحرب وانتزعت الموافقة على مطالبهم ولو بالاضرابات ، لما خسرت ألمانيا الحرب .

ثانيا : لا يمكن تنشئة الغالبية تنشئة قومية الا برفع مستواها الاجتماعى .

ثالثا : ان اجتذاب الغالبية الى فكرة القومية لا يتم بانصاف التدابير والجهود المتقطعة . فلا بد من مواصلة الجهود كى نجعل من شعبنا شعبا قويا ، ونعالج المشاكل بقوة وحزم ، فالسم يعالج بالدواء المضاد له ، لا بمكافحته بالتعاويذ .

« ان الغالبية الساحقة ليست من الأساتذة والدبلوماسيين ، لذلك لا يمكن استمالتها بالنظريات العلمية ، بل تؤخذ بالعواطف ، ففى هذا المضمار تكمن انتفاضاتها من سلبية وايجابية . فالغالبية لا تعمل الا لمصلحة القوة ذات الاتجاه

الصريح ، ولا تعمل مطلقا لمصلحة خطوة مترددة مذبذبة · على أن مشاعر الجمهور وعواطفه متقلبة وليست ثابتة ، فما يراد اقامته على أساس ثابت يجب أن يرتكز على ايمان الشعب وتمسكه بالفكرة التى يراد حمله على اعتناقها · اذ أن الايمان أقوى من صمود العلم ، والمحبة أقوى على الاستمرار من التقدير ، والبغض أطول نفسا من النفور · وقد برهن لنا التاريخ على أن الثورات الكبرى لم تحركها الأفكار العلمية أو الحرص على نشرها ، بل حركها التعصب الأعمى لرأى أو عقيدة.

رابعا : لا يمكن كسب ثقة أفراد الشعب الا بعد تحطيم العقبات التى تقف فى طريقهم مزيلين عن طريقهم أعداء حركتهم · فالغالبية تعتبر مهاجمة خصومها بطريقة عنيفة حقا من حقوقها المقدسة · وترفض بالتالى التساهل أو التسامح ، فهى تعتقد أن البقاء للأصلح والأقوى ·

خامسا : ان القضايا الكبرى فى العصر الحديث هى نتيجة القضايا الأعمق جذورا ، ويأتى فى طليعة هذه القضايا قضية المحافظة على سلامة العرق ، وذلك بصون نقاوة دمه · فان فسد دم عرق من الأعراق نتيجة الاختلاط ، فسرعان ما تتفكك عرى الوحدة الروحية وتنهار قوة الابداع وصروح الحضارة · فمن يطمح الى اخراج الشعب الألمانى من مشكلاته الحالية ، عليه أن يطهر الصفوف من الذين أفسدوه ، وعلى الأمة الألمانية أن تبادر الى مواجهة المسألة العرقية متخذة كافة التدابير الحاسمة لانهاء المشكلات التى يثيرها وجود اليهود بيننا ·

سادسا : ان الغالبية الساحقة من الشعب التى استمالتها الماركسية الى جماعة الأمم يمكن انضمامها الى الجماعة القومية دون أن تتخلى عن حقها فى الدفاع عن مصالحها ، علما بأن اختلاف المصالح بين مختلف الهيئات لا يبرر قيام النزاع بين الطبقات ، لأن هذه المصالح ليست الا نتيجة طبيعية لتركيبنا الاقتصادى · وحين ندرك هذه الحقيقة نرى أن قيام تكتلات مهنية لا يتعارض مع قيام اتحاد شعبى ، وبالتالى دولة قومية · وانضمام طبقة من الطبقات الى الاتحاد الشعبى أو الى الدولة لا يفرض تدنى مستوى الطبقات العليا ، بل يرفع من مستوى الطبقات الدنيا ·

سابعا : يجب أن توجه دعاية الحزب الى أحد المعسكرين اللذين يؤلفان الأكثرية الساحقة · فالتفاوت فى المستوى الفكرى يجعل الدعاية المبسطة غير ذات قيمة بالنسبة الى المتعلمين · فى حين أن الدعاية الرفيعة لن تلاقى تجاوبا عند غير المتعلمين · وحتى طريقة التعبير لا يمكن أن تكون واحدة فى التوجه الى الطبقتين · فاذا حرصت الدعاية على البساطة فى التعبير ظلت الأوساط المتعلمة

بعيدة عنها ، واذا ركزت على الدعاية الفكرية العالية لن تتمكن من اثارة عاطفة الغالبية الشعبية ٠

لن نجد بين مئة خطيب عشرة يتمكنون من مخاطبة جمهور من الحدادين والكناسين مثلا ، وفى نفس الوقت يتوجهون لمخاطبة أساتذة الجامعة٠ ولا يغربن عن بالنا أن أفضل فكرة لا يمكن نشرها الا بعد تبسيطها ، ويتوقف نجاحها على الذين يتناقلونها أكثر مما يتوقف على مبلغها ٠

ان قوة انتشار الحركة الماركسية تقوم على وحـدة الأسلوب فى مخاطبة الجمهور الذى يتألف من طبقة معينة ٠ وقد أدرك الماركسيون أن الغالبية لا تتمكن الا من استيعاب التعاليم السطحية ، لذلك وضعوا تحت تصرف الشعب كل ما هو ملائم لمستوى تفكيره ٠ لذلك يجب على الحزب الجديد ألا يرتفع بدعايته الى المستوى العالى ، أى فوق مستوى الشعب ٠ ففى حفل شعبى يكون الخطيب الذى يغزو قلوب الجمهور هو سيد الكلمة ، لا الخطيب الذى يصفق له المتعلمون والمفكرون ٠

ثامنا : ان نجاح حركة الاصلاح السياسى يتوقف على نجاح القوة السياسية، فالنجاح هو المقياس الوحيد لملاءمة فكرة ما لمصلحة المجموع ٠ فالقول ان الحركة الثورية فى ألمانيا قد نجحت لأن قادة الحركة قد تسلموا زمام الحكم ، هو قول هراء ، فالنجاح الوحيد الذى تحرزه الثورة هو جعـل الأمة أكثر ازدهارا ٠

ان حركة ما تعتبر القوة السياسية هو شرط أساسى لنجاحها ، يجب أن تعتمد على تأييد الغالبية الساحقة من الشعب وأن تعلم أن الحركات الاصلاحية لا تقوم على ســواعد رواد الأندية الأدبيــة ومشارب الشــاى ولا موائد لاعبى الشطرنج من البورجوازيين ٠

تاسعا : الحركة الجديدة فى جوهرها وتنظيمها هى ضد النظام البرلمانى فهى لا تعترف بسيطرة الأكثرية ، هــذا النظام الذى يجعل من رئيس الحكومة منفذا لمشيئة الآخرين ٠ ان حزبنا يحصر المسئولية فى الرجل الذى يتســلم مقدرات الدولة ، أى فى شخص زعيم الحزب ٠

عاشرا : يرفض الحزب الجديد أن يحــدد موقفه من المســائل الخارجة عن نطاق عمله السياسى ، فهو لا يهدف مثلا الى الاصلاح الدينى لأن فى كلتا الطائفتين الدينيــتين دعائم قوية يرتكز عليها شــعبنا ٠ والأحزاب التى تنكر على الدين دوره كدعامة معنوية لاستخدامها فى الأغراض السياسية ، يجب على حركتنا محاربتها بشدة وعنف ٠

ان حركتنا تهدف الى اعادة تنظيم شعبنا سياسيا ، ولكنها لن تتصدى لاقامة شكل معين من أشكال الحكم ، فالملكية والجمهورية سيان فى نظرها ، والمهم هو تقرير المبادىء الأساسية التى يجب أن تقوم عليها الدولة الجرمانية المثالية ·

أما تنظيم الحركة داخليا فهو متصل بالغاية التى وضعها الحزب · والنظام الأنسب هو النظام الذى لا يقيم جهازا من الوسطاء بين الزعيم وأنصاره . فالتنظيم هو نقل فكرة معينة مختمرة فى رأس رجل واحد ، الى جمهور كبير من الناس · وعندى أن التنظيم هو شر لا بد منه ، وهو فوق ذلك واسطة لا غاية

وما دام العالم مفتقرا الى الأدمغة المفكرة التى تقود المخلوقات الآلية فالتنظيم مهمة سهلة بالنسبة الى تجسيد فكرة ما ، فالفكرة تشق طريقها مجتازة المراحل الآتية : تخرج الفكرة من دماغ رجل واحد ليبشر بها فيجمع حوله عددا من الأنصار · ونقل هذه الفكرة الى الأنصار مباشرة هو الطريقة المثلى ، ولكن هذا النقل سيصبح متعذرا بعد ازدياد عدد هؤلاء الأنصار فيتطلب عندئذ الاستعانة بالوسطاء ، هذا الشر الذى لا بد منه · وهذا هو الذى يفرض التنظيم على أساس انشاء شعب وخلايا محلية ، بيد أنه لا يجوز التسرع فى انشاء هذه الخلايا قبل أن تترسخ سلطة مؤسس الحركة الرئيسى ·

يتضح مما أسلفنا أن الأسس التى يجب أن تقوم عليها حركتنا داخليا هى ما يلى :

١ — حصر النشاط فى مدينة واحدة هى ميونيخ ، حيث توجد مجموعه كبيرة من الأنصار المتحمسين ، ويتم عندئذ تأسيس مدرسة لتعليم رسل الحركة · وفى نفس الوقت يحاول الحزب فرض وجوده ومحو الوهم العالق فى الأذهان باستحالة قيام حركة جديدة تقوى على الوقوف فى وجه الماركسية والتغلب عليها ·

٢ — لا يتعين انشاء خلايا محلية ما لم تترسخ سلطة المركز فى ميونيخ ·

٣ — لا يتعين انشـاء فروع اقليمية ما لم تتوافر الاثباتات الكافية على ولاء الأنصار للمركز الرئيسى وتقيـدهم بتعليماته · علما بأن انشـاء مراكز اقليمية يتوقف على عدد كاف من الأفراد الذين يعتمد عليهم فى ادارة المراكز · ويمكن للحزب أن يجتذب أفرادا أذكياء فينشئهم تنشئة قوية تؤهلهم للقيادة ، اذا توافر لديه المـال الكافى · وهـذا ممكن بدفع رواتب الموظفين من صندوقه

الخاص . أما اذا لم تسمح له ماليته باستخدام رؤساء موظفين ، فانه يعهد بادارة الفروع الى رجال لا يبخلون على الحزب بالجهد والوقت والمال .

وقبل انشاء الفرع يجب تعيين رئيسه ، فاذا تعذر ذلك يترك الفرع دون رئيس أو تترك المنطقة دون فرع ، لأن الرئيس الفاشل كالقائد الأحمق الذى لا يحسن وضع وتنفيذ الخطط .

الحركة السياسية والدعاية النازية :

كان هتلر يرى أن نجاح الحركة السياسية يعتبر نجاحا للدعاية النازية ، فقد قال :

« ان نجاح حركة سياسية لا يعتمد على تعصب الانصار واعتبار حركتهم أنبل الحركات وأسماها . ومن يعتقد أن اندماج حركتين متماثلتين يضاعف من قوة الحركة ، هو مخطىء . لأن هذا يزيد فى النمو الخارجى ، مع أن هذا الاندماج يلقى بذور ضعف داخلى تظهر أعراضه بسرعة . ذلك أنه مهما كان التشابه قريبا فالشبه التام بينهما يبقى مستحيلا . والطبيعة نفسها لا تسمح بالتزاوج بين جهازين مختلفين ، فتعمد الى استفزازهما الى القتال ليبقى الأنسب والأقوى .

« فالتاريخ يعلمنا أن قوة الأحزاب تقوم على التعصب ضد كل ما هو خارج عنها ، وان أنصار الحزب حين يقتنعون بصحة فكرتهم يتجندون للدفاع عنها ولمنازلة خصومهم موقنين أن النصر حليفهم . ولا يزيدهم الاضطهاد الا شدة وعزيمة . فالمسيحية لم تنتشر وتشتد بالتسويات بين تعليمها وتعليم بقية الديانات بل شقت طريقها بفضل تعصبها لرسالتها ودفاعها عنها دفاعا مستميتا .

« ينبغى لحركتنا أن تعلم وتفهم الشعب الألمانى أن اليهودى اذ يقول الحقيقة انما يحاول تغطية خدعة كبرى ، وأن كل افتراء يصدر عن اليهود ضدنا هو كالشهادة بحسن سلوكنا . وكل ألمانى يهاجمه اليهود هو واحد منا ، وكل ألمانى يبغضه اليهود هو أفضل أصدقائنا .

« يجب على حركتنا أن تعلم أنصارها أن من يقرأ جريدة صباحية يهودية ولا يجد فيها حملة من الافتراء عليه فان معنى ذلك أنه أضاع نهاره السابق

سدى ، فلو أمضى نهاره السابق فى مكافحة نشاط اليهود لوجد فى صباح اليوم التالى حملة الافتراء والتجريح فى صحف الصباح ·

« حين يدرك أنصارنا هذا كله تصبح حركتنا قوية لا يمكن أن تغلب ·

« لم يكترث الجمهور بعملنا الحزبى ، وكان معذورا اذ كان عددنا فى البداية سبعة رجال لا حول لهم يهدفون الى تحقيق ما عجزت عنه الأحزاب الكبيرة ·

« فكنا نجلس فى اجتماعاتنا نحن السبعة حول مائدة عارية الا من أقلامنا وأوراقنا ، لنتناقش بضع ساعات فى أمور تافهة كتنظيم دعوة أو اعداد بيان · وغنى عن القول أن ميونيخ كانت فى شغل شاغل عن الانتباه لأمر سبعة رجال يعقدون اجتماعا · وقد ظل هذا دأبنا الى أن قررنا توسيع نطاق حركتنا بدعوة الناس لحضور اجتماعاتنا ، فنظمنا اجتماعات دورية مرة أو مرتين فى الشهر . وتولينا كتابة أوراق الدعوة وتوزيعها بأنفسنا · وحدث أن قمت بنفسى بتوزيع ثمانين بطاقة دعوة على أشخاص طالما امتدحوا حركتنا وكذلك فعل رفاقى فبلغ مجموع ما قمنا بتوزيعه حوالى خمسمائة وعشرين بطاقة ولكن النتيجة كانت مخيبة لآمالنا بشكل كبير ، ففى الموعد المعين لم يكن فى قاعة الاجتماع سوى الأعضاء السبعة · وما هى الا أسابيع معدودة حتى بدأ الحزب يعطى نتائج طيبة ·

الزعيم يجب أن يكون خطيبا :

كان هتلر يقول دائما ان الزعيم يلزم أن يكون خطيبا وان فشل الحزب النازى فى البداية يرجع الى عدم اجادة الخطابة ··· لهذا قال : « كان أول رئيس للحزب الهر هارير ، صحفيا لامعا مثقفا · ولكنه كان يجهل مخاطبة الجمهور واثارة حماسته · وكذلك الهر دركسلر رئيس فرع ميونيخ الذى لم يكن هو الآخر ذا موهبة خطابية · وقد لاحظت عليه الضعف والتردد ، وقد علمت أنه لم يدخل الجندية قط ، فاتضح لى سبب افتقاره الى معالم الرجولة الحقة ، فهو لم يدخل المدرسة الوحيدة التى تنشىء رجالا يثقون بأنفسهم ثقة لا حد لها » ·

دراسة التاريخ والدعاية النازية :

كان هتلر ينظر الى التاريخ كأساس للحركة السياسية والدعائية للنازية ، فقال فى كتابه « كفاحى » :

« ان التاريخ الذى يجب أن يتعلمه المواطن هو الذى يظهر الأسباب والعوامل · فالمقصود من دراسة التاريخ استخراج العبر منه لا معرفته فقط » ·

المبادىء المبسطة هى أساس الدعاية النازية :

وضع هتلر للنازية مبادىء مبسطة للغاية ... أى شعارات لكى يعرفها كل مواطن ... وفى ذلك يقول :

« انطلاقا من فكرة الاعتماد على الجماهير المكافحة التى لا تهاب الكفاح ، عمدت الى استخلاص خمسة وعشرين مبدأ من منهاج الحزب ووضعتها فى متناول أبناء الشعب . لأن هذه المبادىء تعطى صورة واضحة عن أحداث حركتنا كما تصلح فى الوقت نفسه لتكون قانون ايمان للمنضوين تحت لوائها . وعلى الحزب أن يقدس هذه المبادىء وبالتالى عليه أن يمتنع عن تعديلها أو تغييرها ما دامت حركتنا لم تبلغ بعد أهدافها الكاملة » .

تأثير الكلمة والحقائق :

كان هتلر يعتمد على تأثير الكلمة فى دعايته النازية كما كان يعمل دائما على مصارحة الشعب بالحقائق او هكذا يزعم .. ولذلك قال :

« كانت مصارحة الشعب بالحقائق فى ذلك الوقت مغامرة كبرى . فالحزب الذى يقاوم التيار يغامر بشعبيته .

« كانت مهمتنا صعبة جدا ، فقد كنا نعلم أننا نتوجه الى أناس تشبعت عقولهم بأفكار وآراء مناقضة لآرائنا . وكان على أن أقف أمام الجماهير وألقى عليهم خطابا لمدة ساعة أو ساعتين محاولا نسف الأسس التى قامت عليها أفكارهم ومن ثم أحاول اقناعهم بصحة مبادئنا وأدعوهم الى اعتناقها .

« لقد دخلنا المعركة مصممين على كشف الحقائق المجردة . وأدركت من خلال الاجتماعات الأولى أنه يجب علينا أن نبادر الى انتزاع السلاح من يد خصمنا . فقد لاحظت أن اعتراضات الماركسيين تكاد تتكرر وتتشابه فى كل اجتماع ، فصرت أفند هذه الاعتراضات المحتمل سوقها قبل أن أبدأ فى عرض الموضوع ، وبذلك قطعت الطريق على المشاغبين الذين حفظوا الدور الذى لقنه لهم أسيادهم اليهود . وبفضل هذه الطريقة استطعت أن أكسب تأييد بعض أصحاب النيات الحسنة .

« ونتيجة لهذه الاجتماعات ملكت ناصية الكلام وأتقنت فن الخطابة واذكاء حماس الجماهير . ولم نكتف بالخطب كوسيلة لتنوير الشعب ، بل عمدنا الى

اصدار النشرات واذاعة البيانات التى ضمناها رأى الحزب فى معاهدة فرساى وفى العوامل التى أدت الى نشوب الحرب · لكن مجهودنا الأكبر كان مركزا على الخطب والمحاضرات اقتناعا منا بأن الكلمة هى التى تثير حماسة الجمهور وتترك فى نفسه أكبر الأثر ·

« منذ أسابيع أثيرت هذه المسألة فى الصحف المحلية ، فسخرت صحف البورجوازيين من الرأى القائل بأن الكلمة لها التأثير الأكبر · ولم أستغرب هذا الموقف من جانب طبقة تعيش فى برجها العاجى وتحاول أن تتصل بالجمهور بواسطة أقلام مفكريها البعيدين عن عامة الشعب بعد الأرض عن السماء ·

« لا تعلم البورجوازية أن الخطيب يكيف كلماته حسبما يقرأه على وجوه مستمعيه ، على حين أن الكاتب يدفع الى جمهور لايعرفه بكتابات ربما تصادف هوى لدى القراء أو ربما لا تكون منسجمة مع آراء قرائه فيعزفون عنها · ولا ننسى أن أبناء الشعب ينفرون بطبيعتهم من قراءة ما لا يتفق مع آرائهم أو مع ما كانوا يتوقعونه · أما اذا أراد الكاتب أن يستدرج الشعب الى الوقوف على رأيه المكتوب فعليه بالتوسل بالنشرات والبيانات القصيرة كوسيلة لنشر رأيه ، لأن الجمهور يقرأ ما يقدمه له بهذه الطريقة بدافع الفضول لا أكثر · وما يمكن كتابته فى البيانات ينطبق على الصور والأشرطة التى تعطى فكرة سريعة عن الموضوع بوضوح نسبى · والكاتب يتمكن من التلاعب بعواطف الجمهور كالخطيب اذا هو استعمل أسلوبا جذابا وصاغ ألفاظه بطريقة مفهومة لدى الطبقات الشعبية · لكن اختبار تأثير الأسلوب الكتابى يستغرق وقتا طويلا وجهودا متواصلة · أما الخطيب فانه يطالع فى وجوه المستمعين مدى تأثير كلماته ، فيقرأ فى هذه الوجوه ما اذا كان المستمعون يفهمونه بوضوح ، وما اذا كانوا يتتبعون باهتمام ما يبسطه لهم باسهاب ، والى أى حد نجح فى اقناعهم بوجهة نظره · واذا لاحظ أنهم لم يفهموه عمد الى طريقة أخرى بحيث يقترب من مفهومهم العقلى قدر المستطاع ، واذا قرأ فى وجوه البعض أن آراءه لم تقنعهم عمد الى دحض الاعتراضات التى يفترض وجودها فى خواطرهم · ثم يكرر الأدلة والأمثلة الحية الى أن يرى من الامارات المرتسمة على وجوههم أنهم بدأوا يقتنعون ·

« ومن المعلوم أن المطلوب اقناعهم هم فى غالبيتهم من المواطنين الذين ذهبوا ضحية الدعايات الخبيثة ، فصاروا يتصرفون بدافع عاطفة وهمية لا بدافع التفكير والاقتناع » ·

كيف حارب هتلر الشيوعية :

كان هتلر يحارب الشيوعية بعد أن يحللها علميا .. وقد قال :

« فى ألمانيا صحف بورجوازية يوزع منها يوميا ملايين من النسخ ، ولكن هـذا الانتشار الكبير لم يمنع الشعب من الالتفاف حول الحركات المضـادة للبورجوازية . أما السبب فى ذلك فاما أن يكون راجعا الى أن نتاج المفكرين وحملة الأقلام البورجوازيين عقيم لا يحمل جديدا الى الناس ، واما أن يكون راجعا الى أن الكلمة المكتوبة مقصرة عن النفاذ الى قلوب الناس .

« زعمت احدى الصحف فى برلين أن الأدب الماركسى ومؤلفات كارل ماركس تفعل فى الشعب فعل السحر .. فما أبعد هذا القول عن الحقيقة ، فان ما استحوذ على عقول عامة الشعب هو كثرة الدعايات الشفوية التى عرف الماركسيون كيف يوجهونها ولم يكن لمؤلفات كارل ماركس أو غيره من اليهود التى تدس السم فى الدسم أى شـأن فى هذه الناحية . ولن نجد مئة عامل من مئـة ألف تصفحوا كتاب كارل ماركس . فكتاب ماركس لم يكتب ليكون فى متناول عامة الشعب ، بل كتب ليكون دستورا للحركة اليهودية العاملة على اخضاع العالم لسيطرة « الشعب المختار » ، وتولت الصحافة مهمة الدعاية للمبادىء التى تضمنها لتطبع الماركسية بطابع اجتماعى انسانى يبهر الطبقات المحرومة .

« ان نجاح الماركسية فى اجتذاب ملايين العمال مرده الى الدعايات الطويلة التى يقوم بها آلاف المحرضين . وقد حرص الدعاة من مفكرين وخطباء على معايشة عامة الشعب للوقوف على أحوالهم والتعرف الى مشاكلهم ، بالاضافة الى مواكب المظاهرات التى كان يمشى فيها عشرات الألوف من الصعاليك تدفعهم الرغبة فى اظهار تضامنهم وافهام الملأ أنهم يؤلفون قوة هائلة تسـتطيع فرض سـيطرتها واخضاع العالم البورجوازى لمشيئة البروليتاريا .. هذه المظاهرات هى التى خدمت الماركسية وجذبت الى صفوفها السواد الأكبر من الشعب .

« وقد أحسن الماركسيون اختيار الدعايات المكتوبة ، فكانت صحافتهم تبدو كأنها ناطقة أكثر منها مطبوعة . فبينما كان الأساتذة والكتـاب والأدباء فى الأحزاب البورجوازية يلجأون أحيانا الى الكلام ، نجد فى الحزب الماركسى أن الخطباء كانوا يلجأون أحيانا الى الكتابة ، يساعدهم فى ذلك اليهود الذين يتولون الدعاية المكتوبة لحساب الماركسية ، فاليهودى بارع فى كتابة الاكاذيب المضللة ، فكان يبدو خطيبا أكثر منه كاتبا . فلا عجب اذن أن تظل الصحافة البورجوازية مقصرة عن بلوغ مستوى الصحافة الماركسية فى حقل الاقناع واستمالة الجماهير الى آرائها .

الخطب النازية يجب أن تلقى ليلا :

عمد هتلر الى القاء خطبه ليلا وذلك للتأثير السيكلوجي ، وقال في ذلك :

« لقد استخلصت من الاجتماعات الحاشدة التي كنت خطيبها الرئيسي أمثولة سبقني الماركسيون الى استخلاصها . فقد تعلمت أن محاضرة في موضوع معين يلقيها المحاضر ليلا يكون لها وقع أشد مما لو ألقاها في النهار .

« أذكر أننا دعونا الى اجتماع شعبي في ميونيخ ، وقررنا الاجتماع في الساعة العاشرة من صباح الأحد . وكان الاقبال عظيما لأن اليوم كان يوم أحد ولأن موضوع خطابي كان « اضطهاد الألمان في المناطق المحتلة » . وبالرغم من أن الاقبال كان شديدا ، فقد ظل المستمعون محتفظين بوقارهم فلا تحركت أيديهم بالتصفيق ولا بطلب الاستيضاح أو حتى الاعتراض . وأحزنني أن يقابل خطابي بهذه اللامبالاة . فكررت الاجتماعات النهارية ، لكن النتيجة كانت فيها جميعا مخيبة للآمال .

« وأخيرا غيرنا المواعيد ، وألقيت خطابا في أول اجتماع ليلي ، ففعلت كلماتي في نفوس المستمعين فعل النار في الهشيم ، وطالعت في وجوههم أني سحرت منهم الألباب . وقد حيرني هذا الانقلاب المفاجيء ، فالجمهور لم يتغير وكذلك الخطيب وموضوع الخطاب . ولكن ما لبثت أن أدركت سر هذه الظاهرة عندما نصحني أحد الأصدقاء بمشاهدة تمثيلية « الشعب المتحرر » وقال انه شاهد المسرحية مرتين وان انطباعاته كانت في المرة الثانية غيرها في المرة الاولى ، وأعرب عن اعتقاده أن المشهد التمثيلي في الليل يترك في النفس أثرا أعمق من الأثر الذى يتركه في النهار .

« وهنا تذكرت قول أستاذى « البرخت » : ان أقوى ارادة عند الانسان تقاوم في النهار كل محاولة تحاول اخضاعها لارادة أخرى . فاذا استهدفتها المحاولة نفسها ليلا فلا تلبث أن تخضع للسيطرة . ذلك أن قوى الارادة تضعف في آخر النهار . واننا نلاحظ أن الكنيسة الكاثوليكية تصطنع الظلال في المعابد لتسبغ عليها جوا من الرهبة والجلال ، فهذا الجو يجعل المؤمنين في حالة نفسية يسهل معها على الواعظ أن يتلاعب بقلوبهم وعواطفهم » .

أهمية الارتجال في الخطب :

كان هتلر يحرص دائما على الارتجال في خطبه ... وفي ذلك يقول :

« حضرت ذات يوم اجتماعا في ميونيخ ، وكان الحزب الذى دعا اليه قد جعل الدخول مباحا . وكان الخطيب أستاذا في احدى الجامعات وجلس حول المنصة ثلاثة رجال باللباس الأسود ، عرفت فيما بعد انهم يؤلفون اللجنة التنفيذية .

« كان الخطاب مكتوبا، فبدأ الأستاذ يقرأه متمهلا ، وما هي الا عشرون دقيقة حتى شعرت بالتململ بين الحضور فكثر المتثائبون ، وبدأ التسلل من القاعة ، وكان يجلس بقربي ثلاثة رجال من العمـال ، فرأيتهم يتغـامزون ويتبـادلون الابتسامات الساخرة ، وما لبثوا أن غادروا القاعة • وعندما انتهى الخطيب من القاء خطابه ، وقف أحد الثلاثة من اللجنة التنفيذية فشكره باسم الحاضرين وقال ان المحاضرة تعد حدثا داخليا خطيرا ، لهذا فهو يدعو الحاضرين الى انشاد النشيد الوطني الألماني • فوقفوا وأنشدوا النشيد ، وما أن انتهوا حتى تدافعوا نحو الباب يتنفسون الصعداء في الهواء الطلق ويطردون السأم الذى استحوذ عليهم ..

« شكرت الله لأن هذا لم يكن جو اجتماعاتنا نحن، فقد كنا نحرص أن تكون خطاباتنا ومحاضراتنا ، حافلة بما يثير العواطف ويهز المشاعر ويستفز الخصوم للدخول معنا في مناقشات طويلة •• فقد كان الحزب الشيوعي يرسل العشرات من المشاغبين ليشوشوا ويصفروا أثناء الخطابات ، كما يستفزوننا الى العراك كي يتدخل البوليس ويفض الاجتماع أو يعطله لبعض الوقت » •

خداع العدو هو أسلوب الدعاية النازية :

كان هتلر يخدع أعداءه دائما بوسائل مختلفة كأسلوب دعائي ••• فهو يقـول :

« كان العـديد من الماركسيين يحضرون اجتماعاتنا وهم يعتقدون انهـا اجتماعات شيوعية ، لأننا اخترنا للافتاتنا اللون الأحمر . وقد ذهل البورجوازيون لاختيارنا اللون الأحمر ، فزعموا أننا ماركسيون مموهون وأن اشتراكيتنا زائفة . أما سبب اختيارنا هذا اللون فكان لاستفزاز اليساريين المتطرفين واستدراجهم الى حضور اجتماعاتنا ولو للتشويش والمشاغبة ، لأن هذه كانت أفضل طريقة لنشر مبادئنا بين صفوفهم •

« وقع الماركسيون في الشرك الذى نصبناه لهم ، فأقبل العمال على حضور اجتماعاتنا ، لكن رؤساءهم ، بعد أن اكتشفوا اللعبة ، حرموا عليهم حضورها ولكن بعضهم لم يتقيد بأمر رؤسائهم فداوم على الحضور وتنكر لتعاليم كارل ماركس وأحضر معه من أمكنه اقناعه • عند ذلك قرر الرؤساء ارسال أعوانهم الحمر ، فصار العمال يحتلون القاعات التي تعقد فيها اجتماعاتنا قبـل الموعد بنصف ساعة وكانت نيتهم دخول القاعة ومقاطعة الخطباء وتحطيم المقـاعد ، الا أنهم كانوا يخرجون وقد بدأوا يشكون في صحة العقيدة الماركسية •

« خيبت هذه النتائج آمال الرؤساء ، لأن مبادىء حزبنا زعزعت ايمـان العمال بالماركسية ، فعاد الرؤساء الى منع العمال من الحضور تحت عقوبة الطرد •

فحرك هذا المنع فضول الذين وقفوا من حركتنا موقف اللامبالاة ، فصاروا يغشون القاعات سرا ولا يأتون بأى حركة اعتراض أو تشويش خوفا من افتضاح أمرهم • وقد أتاح سكونهم هذا للخطباء فرصة عرض مبادىء الحزب فى جو هادىء ، وبذلك حرروا العديد من الالمان من أوهام نسجتها حولهم اليهودية العالمية بدقة واحكام •

« أما الصحافة الحمراء فقد وقفت موقف المتجاهل لحركتنا فى بادىء الأمر ، ولكن بعد اشتداد ساعد الحركة عمدت الى مهاجمتنا على صفحاتها الأولى ولكن الحملات أعطت نتائج عكسية لهم فقد لفتت الأنظار الينا بشكل لم نكن نتوقعه نحن ، فما كان من الصحافة الحمراء الا أن خففت من لهجتها واجتهدت فى الحط من شأن الحركة بادعائها ان الحركة سخيفة لا تقوم على أساس علمى • ولكن « سخافة » حركتنا لم تمنع الصحف الماركسية من الاستمرار فى مهاجمتنا مما أثار فضول الناس وحملهم على التساؤل عن السبب فى هذه الحملات ما دامت حركة الوطنيين الاشتراكيين سخيفة لا ترتكز على أساس علمى •• وأدرك الماركسيون هذا الخطأ فغيروا من أسلوبهم ولجأوا الى الطريقة اليهودية التى تجعل من الخصم هدفا لحملة من الافتراءات لاتنتهى • فزعموا أننا منظمة ارهابية وأن زعماء الحزب يغذون الحقد والبغضاء فى الصدور •• ولكن رغما عن ذلك لم يتحول الناس عنا ولم تؤثر ادعاءاتهم فى نمو حركتنا وانتشارها • وبذلك نكون قد سخرنا أعداءنا أنفسهم للدعاية لنا •

« وجدير بالذكر أن خصومنا عجزوا عن تعطيل اجتماعاتنا وذلك بفضل دوائر استخباراتنا التى أنشأناها ، فقد كنا نعلم بخططهم فى الوقت المناسب فنتخذ التدابير اللازمة لافساد تلك الخطط • وقد كنا نحمى اجتماعاتنا بطرقنا الخاصة لأن الاستعانة بالبوليس كانت تعطى نتائج عكسية ، اذ تعمد السلطات الى فض الاجتماع حين تصلهم أخبار التصادم ، وهذا ما كان يريده خصومنا بالذات فقد جرى البوليس على خطة تتنافى مع أبسط قواعد الحرية ، فحين تصله الأخبار بأن جماعة من المشاغبين تنوى تعطيل أحد الاجتماعات ، يعمد البوليس الى منع هذا الاجتماع المنوى الاعتداء عليه بدلا من أن يتخذ التدابير اللازمة لحماية المجتمعين ومعاقبة المشاغبين والمحرضين • وبفضل هذه الطريقة الفذة أصبح فى امكان أى شقى أن يشل نشاط الرجل الشريف فى الميدان السياسى ، أو أن يفرض عليه رأيا معينا ، فاذا لجأ هذا الرجل الى البوليس طالبا تدخله ، عمد الى الرضوخ لمشيئة الشقى باسم النظام والأمن ، ناصحا الرجل الشريف بأن يتجنب مظاهر التحدى والاستفزاز ! » •

الشعب والحزب والقوة هى أسس العقيدة النازية :

اعتمد هتلر على ثلاثة مرتكزات أساسية فى دعايته النازية ، وصفها على النحو التالى :

« ان الأساس الأول الذى ترتكز عليه السلطة هو الشعبية ، ولكن السلطة تبقى ضعيفة اذا كانت الشعبية مرتكزها الوحيد ، لأن سلامتها واستقرارها يبقيان مضطربين • لذلك كانت القوة مرتكز السلطة الثانى ، ولكن القوة وحدها لا تضمن الاستقرار والسلامة • فاذا توافرت الشعبية والقوة أمكنهما أن يولدا ما يدعى بالتقاليد • ومن هذه المرتكزات الثلاثة يمكن انبثاق سلطة قوية الأركان متينة •

« فالشعب الالمانى ، ككل الشعوب ، يتألف من ثلاث فئات : فئة النخبة ذات الميول الوطنية المتطرفة ، وهى تتحلى بالترفع والاخلاص والشجاعة ونكران الذات، وفئة تضم حثالة البشر كالمغامرين والأنانيين والخونة. وبين هاتين الفئتين نجد الفئة الثالثة المتوسطة التى تترفع عما يشين الفئة الثانية ، ولكنها لا تتمتع بسجايا الفئة الأولى• فاذا تقدم مجتمع بشرى نحو الرقى كان ذلك بفضل الفئة الأولى ، واذا نما هذا المجتمع نموا طبيعيا فى ظل الهدوء والنظام كان ذلك بفضل الفئة المتوسطة التى تميل بطبيعتها الى الاعتدال ، أما حين يدرك المجتمع الانحلال وتنهار فيه القيمفهذا يرجع الى تسلط العناصر الفاسدة من الفئة الثانية.

« وجدير بالذكر أن الفئة المتوسطة ، وهى الغالبية الساحقة ، لا تتمكن من السيطرة الا حين يكون التنافس على أشده بين الفئتين المتطرفتين ، ولكن اذا انتصرت احداهما فسرعان ما تخضع الغالبية للمنتصر ، ولكنها لا تؤيد المنتصر الشرير ولا تعارضه فى نفس الوقت لأن هذه الفئة المتوسطة لا تتميز بروح النضال •

« فالقول بأن ثورة ١٩١٨ كانت ثورة شعبية ، هو قول عار عن الحقيقة • فالذين قاموا بالثورة كانوا أعداء للشعب لأنهم استغلوا الهزيمة أبشع استغلال بعد أن تسببوا فيها » •

الاصلاح والروح المعنوية والدعاية النازية :

كان هتلر يحرص على أن تعمل الدعاية النازية على رفع الروح المعنوية بكل الوسائل ••• قال :

« ان الجبان يخاف الموت الذى يبرز أمامه فى ميدان المعركة بأشكال مختلفة مرات عديدة كل يوم . ولكى نمنع الجنود الجبناء من الفرار ، يجب علينا افهامهم ان المرء يمكن أن يموت فى الجبهة ، أما الجبان الفار فسيموت حتما حين يهرب .

« ان أداء الواجب فضيلة كبرى لا يتحلى بها، مع الأسف ، المواطنون كافة ، والمواطن المثالى هو الذى يؤدى واجبه من تلقاء نفسه ، أما المواطن العادى فليس هذا شأنه ، لذلك كان وجود الحافز الارهابى ضروريا .

« فلنذلل على ذلك مثلا بالقوانين الموضوعة لقمع اللصوصية . ان هـذه القوانين لم تسن لارهاب الشرفاء ، بل لتخويف ضعفاء الارادة العاجزين عن مقاومة التجربة والغرائز ، فلولا هذه القوانين التى ترهب هـذه الفئة ولولا العقوبات الزاجرة التى تنزل بها لقامت نظرية تقول ان الرجل الفاضل الشريف هو انسان أبله ، والأفضل للمرء أن يسرق بدلا من أن يبقى صفر اليدين ! .

« لقد نجحت الثورة الفرنسية لأن اعلان حقوق المواطن بهر الجماهير، فتبنته وتعصبت له وناصلت فى سبيله . وقامت الثورة الروسية بفكرة لاقت صداها الحسن عند الجماهير ، فآمنت بها واستماتت فى الدفاع عنها . كما أن الفاشستية استمدت قوتها من رسالتها الاصلاحية .

« بقيام الحزب الوطنى الاشتراكى قامت فى ألمانيا حركة غايتها اعادة بناء الدولة على أساس عنصرى . وقد قرر الحزب انتهاج الوسائل الفكرية لنشر مبادئه ، مع الاحتفاظ بمبدأ القوة لدعم هذه المبادىء اذا لزم الأمر .

« قلت فى كلام سـابق انه لا يمكن التغلب على حركة يدعمهـا الارهاب باللجوء الى الأسلحة الفكرية ، فلا بد من مواجهة تلك الحركة بحركة ذات عقيدة تعتمد أيضا سلاح الارهاب .

« فقد ظلت الدولة الألمانية هدفا لهجوم ماركسى عنيف منذ عدة سنوات ولم تنجح فى صد هذا الهجوم بالرغم من جهودها المريرة وكفاحها الشاق . لم تنجح فى سحق المبادىء الهدامة بالرغم من تدابيرها الصارمة ضد زعماء تلك المبادىء . وهذا يرجع الى أنها اتخذت تدابير سلبية عوضا عن مقابلة هـذه المبادىء بمذهب فلسفى يقضى على مبرر وجودها . فالدولة التى ألقت السلاح فى عام ١٩١٨ وتركت للماركسيين حرية العمل والاستيلاء على زمام الحـكم ، لا يرتجى منهـا خـير ، خاصـة بعد وصـول البورجوازيين الى الحـكم فى ظل النظام الجديد . فمنذ عام ١٩٢١ والحكومة البورجوازية تلاطف الحمر زاعمة انها

لا تريد اغضاب البروليتاريا · فهذا الخلط بين الماركسية والطبقات الكادحة هو تزوير للتاريخ يتذرع به الحاكمون لتغطية فشلهم فى انقاذ البلاد من مخالب المغامرين الدوليين ·

« تجاه هذا الخضوع للماركسية ، أخذت الحركة الوطنية الاشتراكية على نفسها مهمة انقاذ ألمانيا ، فاتخذت على مسئوليتها تدابير وقائية لتواجه بها الارهاب الأحمر · وقد ذكرت أن حركتنا أنشأت وحدات هجومية لحماية اجتماعاتنا ، وبعد أن توسعت دائرة نشاطنا جعلنا من الوحدات نواة ما أطلقنا عليه اسم « الحرس الخاص » واتبعنا نظام المنظمات اليمينية فى تنظيمات الحرس التى عرفت باسم « منظمات الدفاع » · ولكن وجه الشبه لم يتعد التنظيم · فالمنظمات اليمينية كانت تعمل معنا ، كما تقدم ، بدون هدف سياسى واضح · أما « الحرس الخاص » الذى أنشأناه فكانت مهمته حماية حركتنا القومية التى ترفض تكريس الوضع القائم وتناضل فى سبيل خلق ألمانيا جديدة » ·

المظهر القوى عامل فعال فى الدعاية النازية :

كان هتلر يحرص على أن يكون حرسه قويا وأن يظهر بمظهر قوى جذاب أمام الشعب وبذلك يجعل الجميع يحترمون نظامه ··· قال :

« بعد معركة قاعة هوفمبروهوس أطلقنا على وحدة الحرس اسما جديدا هو « فرقة الهجوم » وقد شعر الماركسيون بخطر حركتنا الزاحفة فزادوا من قوة نشاطهم محاولين بالارهاب وباستعداء السلطات علينا تعطيل اجتماعاتنا · وكانت الصحافة الماركسية تلعب دورها فى التحريض علينا وفى التهليل والتصفيق لكل محاولة يحالفها التوفيق ·

« وقد حرصنا على اظهار فرقة الهجوم بمظهر يستهوى الجماهير، كما حرصنا على أن نجعل منها قوة معنوية مشبعة بالمثالية الوطنية الاشتراكية ، فلا يكون لها طابع الجمعية السرية ولا عقلية المنظمات البورجوازية المنشأة لأغراض دفاعية » ·

العلنية فى النظم أساس النجاح :

رفض هتلر أن ينظم حزبه على أساس سرى حتى لا تتكون ضده جماعات سرية ··· وقال فى ذلك :

« عنـدما اقترح بعض الرفاق جعـل منظمتنا الهجومية ذات طابع سرى عارضت هذا الاقتراح بشدة ، لأن المنظمة السرية ستبقى ضمن نطاق محدود وضيق خوفا من افتضاح أمرها تجـاه السلطات ، علما بأن شـعبنا يميل الى الثرثرة ، فالمحافظة على سرية القرارات المتخذة أمر صعب جدا ، خاصـة وأن للسلطات مؤسسات بوليسية تتزود بالمعلومات الأولية من المخبرين والجواسيس البارعين فى فن الكذب والتلفيق • فحركتنا لم تكن بحاجة الى مئـة متـآمر شجاع ، ولكنها تحتاج الى جيش يضم آلاف المناضلين المتعصبين العاملين فى وضح النهار ليبهروا الجماهير بمظاهر القوة وحسن التنظيم • وحركتنا لن تنتصر ما دام الشارع تحت سيطرة الحمر ، لذلك يجب علينا أن نبرهن لهـم على أن الوطنيين الاشتراكيين هم أسياد الشارع القابضون على الزمام •

« أما خطر المنظمات السرية فيكمن فى ظاهرة شائعة فى أيامنا ، فأعضاء هذه المنظمات لا يدركون عظمة مهمتهم ، وكل ما يدركونه هو أن مصير شعب من الشعوب يمكن أن تقرره جريمة قتل •

« ويمكن الأخذ بنظرية الاغتيالات حين يكون الشعب خاضعا لحكم طاغية مستبد ، ففى هذه الحالة يمكن أن يبرز مواطن من صفوف الشعب يغمد خنجره فى صدر الطاغية •

« بعد أن قررنا ازالة الطابع السرى عن « فرقة الهجوم » وابعادها عن المنظمات الدفاعية ، انصرفنا الى العناية بامور ثلاثة هى : التدريب ، وعلنيـة الاجتماعات ، والاستعراضات واللباس الخاص •

« أما التدريب فلم ننظر اليه من ناحية عسكرية بحتة، بل حرصنا على جعله منسجما ومصلحة الحزب ، فمثلا أولينا الأفضلية للتمارين الرياضية بدلا من التمارين العسكرية ، فقد كان رأيى دائما أن الملاكمة والمصارعة اليابانية أفضل من التدريب على الرماية تدريبا ناقصا •

« ولازالة الطابع السرى عن الفرقة فقد حظرنا على الرجال التستر والتآمر بعد أن وسعنا نطاقها ، وحرصنا على توسيع أفكارهم حتى يشعروا انهم حماة فكرة مثالية وأعداء عقيدة غريبة تريد بالوطن شرا •

« أما بالنسبة للباس الخاص فقد حرصنا على جعله لائقا بالرجال من حيث اللون والزى ونوعية القماش » •

الدعاية والتنظيم :

كان هتلر يؤمن بان الدعاية يجب أن تسبق التنظيم فى جمع الناس حول الفكرة النازية ••• انه يقول :

« الدعاية يجب أن تسبق التنظيم وأن تجمع حول الفكرة أكبر عدد ممكن من الناس • ولم أبدل رأيى هذا فيما بعد لاقتناعى أن الترتيبات المرتجلة لا يمكن أن تنبثق منها منظمة حية ، لأن المنظمات تستمد وجودها من كائن عضوى ينمو نموا طبيعيا مستمرا •

« عندما يتبنى فريق من الناس فكرة ما نراهم يسارعون الى تنظيم جمعية أو حزب ينضمون اليه ، وهذا التطور السريع له ميزته الكبرى ، ولكن فى أغلب الأحيان تبرز فى هذه المنظمة أو الحزب شخصية موهوبة تصلح للزعامة فتفرض نفسها والحركة لا تزال فى بدايتها وتعمل على رسم سياستها وتوجيهها • لكن هذا الاستئثار قبل أن تنتشر الفكرة بشكل كاف يؤدى فى أغلب الاحيان الى نتائج سيئة ويكون وبالا على الفكرة وعلى الحزب الذى يأخذ بها •

« لذلك يجب العمل على نشر الفكرة أولا ، وحين تجمع حولها عددا ضخما من المؤيدين ، يمكن البحث عن الأشخاص المؤهلين للزعامة • ويخطىء من يعتقد أن العلوم النظرية تكفى للشخص كى يصبح مؤهلا لاحتلال مركز الزعامة ، فالمفكرون قلما يصلحون للتنظيم لأن عظمة المفكر ومؤسس المنهج تقوم على المعرفة وسن القوانين لكن المنظم يجب أن يكون رجلا عمليا مطلعا على نفسية البشر ، يعالج القضايا بشكل موضوعى ، ولا يسقط من حسابه ، فى محاولته انشاء منظمة حية ، الضعف البشرى والنزوات الحيوانية •

« من النادر أن نجد صاحب فكرة مؤهلا للزعامة • ولكن باستطاعتنا تجنيد زعماء من بين صفوف المحرضين مثلا لأنهم يكونون أعلم من غيرهم بنفسية الجماهير نتيجة احتكاكهم بها ؛ فالمفكر دائما منطو على نفسه مستغرق فى تأملاته بمعزل عن الناس • فالتوجيه والقيادة يعنيان تحريك الناس أو الشعب • أما موهبة خلق النظريات والمبادىء فانها لا تؤهل صاحبها للزعامة •

« لقد أجهد فريق من المتناظرين أنفسهم فى نقاش طويل حول مسألة عقيمة هى : من يستحق شكر الانسانية : صاحب الفكرة أم منفذها ؟ وقد غاب عن بالهم أن أعظم الأفكار تبقى بدون قيمة إن لم يخلق لها زعيم يتمكن من جذب الجمهور اليها ، كما أن أقدر الزعماء وأذكاهم يبقى عاجزا عن توجيه حركة لا يضع

أهدافها رجل مفكر . ولكن اذا اتفقت واجتمعت في شخص واحد مواهب الفكر والتنظيم والزعامة ، وهذا نادرا ما يحدث ، انبثق من هـذا الاجتماع الرجل العظيم ـ الفوهرر ـ .

« قلت انني انصرفت الى تنظيم الدعاية بعد انضمامي للحزب. وقد وضعت نصب عيني توفير نواة العتاد البشرى الذى يمكن اعتماده كأساس للعمل المنظم . وبتوافر النواة تألفت العناصر الأولى المنظمة ، فقسمناها الى قسمين : الأنصار والأعضاء . وأصبح من واجب الدعاية حشد الأنصار ، ومن واجب المنظمة نفسها كسب الأعضاء . أما الفرق بين الأنصار والأعضاء فهو أن الأنصار يؤيدون مبادىء الحركة وأهدافها ، أما الأعضاء فهم الذين يجاهدون فى سبيل هذه الحركة .

« ان عمل الدعاية هـو كسب الأنصـار ، وعمل الأعضـاء هو اختيـار الأنصار وجعل المناسب منهم عضوا في الحركة . ولا يطلب من الأنصار أكثر من الأخذ بالفكرة ولكن العضو عليه أن يمثل هذه الفكرة ويدافع عنها وينشرها . لذلك كان الأعضاء قلة فى المنظمة وكان الأنصار أكثرية ساحقة .

« كان على الدعاية التى عهد لى بتنظيمها وتوجيهها أن تجمع الأنصار للفكرة، وبعد ذلك تختار الحركة الأعضاء من بين هؤلاء الأنصار ، ولم يكن على الدعاية أن تغربل هؤلاء الأنصار وتصنفهم حسب كفاءاتهم ، فهذه الغربلة من اختصاص المنظمة نفسها التى يمكنها اختيار الأعضاء الصالحين لتوجيه الحركة والسير بها الى النصر » .

آراء هتلر فى الدعاية النازية :

قال هتلر :

« تعمل الدعاية على نشر فكرة ما بين الشعب كله ، أما المنظمة فلا تدخل لديها الا الذين لا يستطيعون ، لأسباب سيكولوجية ، أن يقفوا حجر عثرة فى طريق انتشار الفكرة » .

« تدخل الدعاية فى ذهن الشعب فكرة من الأفكار وتعمل على ترسيخها فى أذهانهم معدة اياهم ليوم النصر . أما المنظمة فتكافح فى سبيل النصر معتمدة على هؤلاء الأنصار وخاصة على الذين يتصفون بالشجاعة والاقدام » .

« يتوقف انتشار الفكرة على مدى النجاح الذى تحرزه الدعاية فى كسب الانصار أما انتصارها فيبقى مرتبطا بتنظيم الهيئة التى يعهد اليهـا بقيـادة النضال »

« تظل الحركة بحاجة الى العديد من الانصار مهمـا بلغ عددهم ، ومتى تمكنت الدعاية من اقناع شعب كامل ، فان المنظمة تتمكن ، بالتالى من استغلال هذا النجاح بحفنة من الرجال . لذلك فان كل خطوة موفقة تقوم بها الدعاية تخفض من عدد الأعضاء العاملين ، أما حين تفشل الدعاية المنظمة فان الحركة تحتاج الى جهاز أكبر من الموظفين والاعضاء » .

« أولى مهمات الدعاية اجتذاب الناس الى الحركة ، وأولى مهمات المنظمة كسب هؤلاء الناس ليتابعوا الدعاية . وثانى المهمات الدعائية هى اثارة النقمة على الأوضاع السائدة واقناع الناس باعتناق العقيدة الجديدة . أما مهمة المنظمة الثانية فهى الجهاد من أجل القوة لاستخدامها فى هدم أسس الأوضاع السائدة ونصرة العقيدة الجديدة » .

« يضمن النجاح لحركة ثورية جديدة اذا مهد لها بتعليم الشعب كله مفهوما جديدا للكون وللحياة ، أو حتى بفرض هذا المفهوم فرضا عند اللزوم ، ففى كل حركة ذات أهداف انقلابية يجب على الدعاية أن تقوم بنشر مبادىء تلك الحركة وشرحها وترسيخها فى عقول الناس ، أو على الأقل السـعى لزعزعة العقائد القديمة . والدعاية بحاجة الى مرتكز قوى يمكن توفيره بواسطة قوة المنظمة التى تعتبر كمرتكز للدعاية . وعلى المنظمة أن تختار أعضاءها من بين الأنصار الذين استمالتهم الدعاية الى صفوف الحركة الجديدة . وتشتد قوة المنظمة حين يقبل الناس على اعتناق الفكرة كما يتسع نشاط الدعاية حين يكون وراءها منظمة قوية » .

يجب القضاء على أى خلاف بين رجال الحزب والدعاية :

كان هتلر يؤمن بأنه لكى ينجح الحزب أو الدعاية يجب القضاء على أى خلاف ينشأ بين رجال الحزب أو بين رجال الدعاية ... يقول هتلر :

« على المنظمة أن تسعى دائما لمنع ظهور أى خلافات بين أعضائها ، تلك الخلافات التى من شأنها احداث شقاق يؤدى الى اضعاف الحركة ، وبالتالى عليها أن تسهر على الابقاء على روح الكفاح مشتعلة لتقوى وتزداد يوما بعد يوم . ولتحقيق هذا الغرض المزدوج لا تحتاج المنظمة الى زيادة مطردة فى عدد أعضائها ، لأن الحزم والشجاعة هما من صفات القلة المختارة ، وفى التاريخ أكثر من دليل على ما آلت اليه الحركات — التى نمت بسرعة — من ضعف وتفكك ، لأنها فتحت

ذراعيها بعد نجاحها للذين رفضوا الاعتراف بها ومساعدتها قبل أن تبلغ هذا النجاح ·

« ان الحزب ذا الأهداف الانقلابية يفقد طابعه الثورى حين يزداد عدد أعضائه بصورة غير طبيعية على اثر احرازه انتصارا حاسما، لأن الجبناء والأنانيين الذين وقفوا موقفا لا مباليا من الحركة أثناء كفاحها الأول لا بد لهم بعد انتصارها من التزلف لها وخطب ودها · فاذا هى قبلت انضمامهم وأدخلتهم فى منظمتها فسرعان ما يحولونها عن أهدافها الحقيقية ويسخرونها لخدمة مصالحهم الخاصة » ·

« لذلك كنت أعمل على اقناع رفاقى بوجوب اقفال الباب في وجه الجمهور حين نحرز أول انتصار حاسم لنا ، لنتمكن من المحافظة على النواة السليمة والخيرة التى أوكلنا اليها مهمة القيادة والتوجيه والسعي لتحقيق أهداف الحركة » .

« قمت باعداد الأفكار الجديدة للحركة الوطنية الاشتراكية ، بصفتى مديرا للدعاية فى الحزب ، وحرصت فى نفس الوقت على تصفية العناصر المائعة والمترددة والخائفة واقصائها عن اللجان التنفيذية والهيئات العاملة · وقد أقر لى المئات من الأنصار انهم مع كونهم مخلصين للحركة بكل صدق ، فانهم يفضلون فى نفس الوقت عدم الدخول فى الحزب كأعضاء عاملين وذلك لاعتبارات شخصية أو خوفا من المتاعب التى هم بغنى عنها · فلو فتحنا مجال الدخول لعضوية الحزب أمام هذا النوع من الأنصار المترددين لكنا قضينا على الحركة فى مهدها ولأصبحت حركتنا حركة اخاء وحب وتقوى » ·

« وقد ترتب على اعطاء الشكل النضالى الحى لحركة الدعاية التى تسلمتها ... ترتب على ذلك اظهار الحركة الوطنية الاشتراكية بمظهر التطرف ، مما أقصى عنها الاتكاليين والوصوليين والانتهازيين وضعفاء النفوس ، وجعل عضويتها وقفا على المتصفين بالجرأة والاقدام » ·

آراء هتلر فى المؤسسات والدعاية النازية :

قال هتلر :

« سيكون للدولة النازية مؤسساتها ، ولكنها لن ترتجل هذه المؤسسات لأن الحركة الوطنية الاشتراكية لن تبنى على الرمال ، بل تنظم نفسها منذ الآن كما لو كانت دولة بكل ما فى هذه الكلمة من معنى · وكل مؤسسة نازية تقوم الآن تكون بمثابة النواة لأن تصبح فيما بعد احدى دعائم الدولة النازية

وهكذا تصبح حركتنا بمنظماتها ومبادئها ومفاهيمها المؤسسة الكبرى التى نعتبر تحقيقها المبرر الوحيد لقيام حزبنا ٠

« لذلك وجب على الحركة النازية أن تنظم نفسها على أساس التعاون ، وأن تؤسس تعاونيات نازية صرفة ، كما ينبغى للحركة النازية أن تربى العمال وأصحاب العمل تربية نازية تيسر للطرفين سبيل التعاون ضمن اطار المصلحة المشتركة ، فبغير هذا التقارب يبقى الجهد المبذول فى سبيل بعث الجماعة الشعبية حبرا على ورق ٠

« يجب علينا أن نرسخ فى عقل العامل النازى أن ازدهار الاقتصاد القومى . يفسح له الفرصة للتمتع بالبحبوحة المادية ٠

« ان وضع الأسس فى أرض بكر أسهل من وضعها فى أرض سبق استعمالها للغرض نفسه ٠ وليس هناك أسهل من فتح دكان فى منطقة خالية من الدكاكين ولكن فتح هذا الدكان فى منطقة تشكو تضخما من الدكاكين لهو مغامرة كبرى ، لا سيما اذا كان الدكان يبيع نفس البضاعة الموجودة فى الدكاكين القديمة ، ففى هذه الحالة يتعين على الدكان الجديد أن يضاعف جهوده ليتمكن من الثبات ، كما يتعين عليه السعى لازالة المزاحمين من طريقه ٠ وهذا ينطبق على النقابات تماما ، فقيام نقابة الى جانب نقابات أخرى لن يعطى ثماره ، لأن هذه النقابات لن تتسامح مع النقابات الاخرى حتى لو كانت هذه النقابات صديقة ، ولن تدخر وسعا فى سبيل القضاء عليها ليخلو لها الجو ، لذلك فقد وجدت حركتنا نفسها أمام أمرين :

١ ــ التسلل داخل النقابات الماركسية ونشر مبادىء حركتنا فى صفوف النقابيين لكسبهم جنودا لمثلنا ٠

٢ ــ انشاء تعاونية نازية ومحاربة النقابات الماركسية القائمة ٠

ألا يكون من الأفضل التخلى عن مشروع ما بدلا من تحقيقه بشكل ناقص لعدم وجود الامكانات ؟

« كان رأيى فى الاجتماعات الحزبية أن حركتنا لا تزال فتية وطريق الكفاح أمامها لا يزال طويلا ، فعليها قبل أن تجابه الحركات النقابية الماركسية وغيرها من الذين يدورون فى فلكها على الصعيد الاجتماعى الاقتصادى أن تعمل أولا على نشر مبادئها ودعوة الشعب الى اعتناق هذه المبـادىء ، ولن تتمكن الاشتراكية

الوطنية من النجاح الا بعد أن تجند جميع قواها لهذه المهمة ، أما اذا وزعت قواها واعتنت بالاقتصاد والسياسة معا ، فانها ستخسر المعركة فى الميدانين ·

« وأوضحت فى نشرة لاحقة أن خصوم الحركة يقولون ان الحزب النازى يناصب الحركة النقابية العداء لانه ذو ميول رأسمالية ، وقلت ان الحركة النازيه لم تكن موجهة ضد النقابات من حيث انها مؤسسات ترعى مصالح العمال ، ولكنها ضد النزاع الطبقى وتحارب كل تجمع نقابى يقوم على هذا الأساس ·

سياسة المحالفات :

قال هتلر :

« كان على حركتنا أن تثقف الشعب وتقود المسئولين الى الطرق الواجب اتخاذها ليتمكن شعبنا من استخلاص حقوقه واستقلاله · وقد وضعنا أمامنا المبدأ الاساسى التالى :

« السياسة الخارجية هى الواسطة لبلوغ غاية سامية ، والغاية هى خدمة مصالح الشعب · فكل مسألة من مسائل السياسة الخارجية يجب أن تراعى فى حلها مصلحة الشعب فى حاضره ومستقبله وان تنبذ كل حل يعود بالضرر على هذه المصلحة ·

« وعندى ان شعبا يفضل العبودية على رؤية بلاده مجزأة هو شعب لايستحق الحرية ، وأفضل منه ألف مرة شعب ينهض القسم المتحرر منه لتحطيم الاستعمار وقيادة معركة الخلاص التى تزيح الكابوس عن الشعب كله · ولا يكفى أن يعلن القسم الحر الطليق أن الشعب متحد اتحادا روحيا وثقافيا ، بل عليه أن يتخذ الاجراءات الكفيلة بدعم بقية الشعب الذى يرزح تحت وطأة الظلم فيمده بالسلاح ويدربه على استعماله ويحثه على العمل المشترك لجمع شتات الأمة ·

« وعندما يكون الأمر متعلقا بدولة أضاعت جزءا من أرضها ، يتعين على الوطن الأم أن يبدأ باسترداد اعتباره واستعادة قدرته السياسية قبل أن يفكر فى استرداد الجزء الذى ضاع · وبكلمة أخرى فان مصالح الأراضى السليبة يجب أن يضحى بها فى مثل هذه الأحوال وذلك للالتفات الى ناحية أهم وهى تحرير الوطن الأم · ذلك أن تمنيات الجزء المغتصب ومعارضة الأجزاء المتمتعة بالحرية لن تفيد شيئا ولا تؤدى بالتالى الى تحرير المناطق الخاضعة لسيطرة الأجنبى ، فمهمة التحرير مناطة بالأجزاء المتحررة ، ولكى تتمكن هذه الأجزاء من القيام بهـذه

المهمة ينبغي لها أن تقوى نفسها وتزيد من امكاناتها ليصبح فى مقدورها يوما ما أن تحمل السلاح فى وجه العدو والمستعمر وتجبره على الرحيل •

« وللشعب الألمانى أتوجه بالقول : ان استرداد الأراضى السليبة لا يتم بخطب نارية يتفوه بها من يتقن صناعة الكلام ، فتحرير الوطن لا يتطلب ألسنة حادة بل يتطلب سلاحا حادا •

« فاذا كانت ألمانيا مصممة على تغيير هذا الوضع الذى من شأنه فى حال استمراره أن يزيلها من خريطة أوروبا ، وجب عليها أن تتجنب الوقوع فى الخطأ الذى وقعت فيه قبل الحرب عندما استعدت العالم كله لأنها لم تعرف كيف تختار أصدقاءها • لذلك ، يجب عليها أن تعرف من هو عدوها الألد وتتفرغ له لتضربه بكل قواها ، وتغض الطرف عن أعدائها الثانويين ولو كلفها ذلك بعض التضحيات •

« لو كانت هناك دعاية منظمة لاتخذت معاهدة الصلح المرهقة أداة لاثارة نقمة الجمهور ، بابرازها تدابير الأعداء الوحشية وأساليبهم البربرية ، ولكان بامكانها لو كانت هناك دعاية منظمة ، أن تحول عدم الاكتراث عند الشعب الى استنكار ثائر ، ولو غذته فى الوقت المناسب فسيتحول الى نقمة جارفة تنضج فى صدور ستين مليونا من الرجال والنساء فتستيقظ السلطات على صراخهم « سلحونا ، فنحن أمه لا تنام على الضيم » •

« نعم ، لقد كان ممكنا اعتبار معاهدة الصلح القطرة الأخيرة التى تطفح بها الكأس ولكن هذا يعنى تسخير كل كلمة مطبوعة وكل كتيب يوضع بين أيدى التلاميذ حتى أرقى جريدة ، كما يعنى أيضا تسخير السينما والمسرح فى تنوير الجمهور ورفع معنوياته ، فيمتنع عن الابتهال الى الله صباحا ومساء : « اللهم أعد الينا حريتنا » ليقول : « أيها الرب القدير : بارك أسلحتنا ، وشدد عزائمنا ، حقق لنا النصر على مضطهدينا » •

« قلت وأكرر القول انه لا يحق لألمانيا النظر الى ما وراء حدودها قبل أن يبرهن الألمانيون ، حكومة وشعبا ، على أنهم أمة حية مستعدة للتضحية بل قادرة عليها فى سبيل استعادة حريتها السليبة » •

* * *

ان أســاس نظرية هتــلر السياسية تتحدد فى أن يكون السلطان كله للقيادة والطــاعة كلهــا للشعب ، على نقيض النظرية الديمقراطية فى الحكم · والألمانيون يحبون أن يقادوا ، وهم يقولون « اننا نبصق على الحرير » لأن الالمانى يحس بالعار اذا لم يكن فى ثياب الجندية · وهــو شعب مطبوع على الطــاعة والتنظيم · وقد استطاعت النازية أن تخلق منه شخصيات مصكوكة صكا على أنها نماذج من هتلر ·· لتكون لها حقوق القيادات المساعدة ، وهى بدورها تحت امرة الزعيم ·

(٤)

النشاط الدعائى فى جمهورية ألمانيا الديمقراطية

ان النشاط الدعائى الذى تقوم به جمهورية ألمانيا الديمقراطية يعتبر نموذجا للعمل الدعائى فى بلاد الكتلة الاشتراكية • بل انه يعتبر من أهم هذه النماذج لسبب رئيسى واحد هو أن منطقة الحرب الباردة تركزت منذ نهاية الحرب العالمية الثانية فى هذه المنطقة من العالم حتى اتخذت برلين الغربية وبعض مناطق ألمانيا الغربية مراكز قوية للدعاية الغربية ضد بلاد الكتلة الاشتراكية •

كما أن برلين بعد تقسيمها الى قسمين كانت ولا زالت من مناطق الحرب الباردة فى العالم • بل انها من أخطر هذه الأماكن •

لذلك فان النشاط الدعائى لجمهورية ألمانيا الديمقراطية بالذات يعتبر نوعا من الدعاية المحلية التى تتسم فى أغلب اتجاهاتها بالشكل الدولى بسبب الوضع الخاص لهذه الجمهورية وسط زوابع الصراع العالمى • بل انه يوجد فى قلبها ـ فى برلين الغربية بالذات ـ أضخم مراكز الدعاية الأمريكية التى توجه مادتها الدعائية عن طريق الراديو والتليفزيون فى كل لحظة •

وأجهزة الاعلام فى ألمانيا الديمقراطية تخدم السلطة السياسية ، ويعتبر الحزب هذه الأجهزة أداة هامة من أدوات السلطة ، ويوليها اهتمامه الكامل • ولذلك فان الصحافة والاذاعة والتليفزيون تخضع خضوعا مباشرا للحزب • ذلك أن هذه الأدوات لها المقام الأول ويمكن من خلالها حمل الوعى الاشتراكى الى عقول الناس •

وقد أعد نظام متكامل لأجهزة الاعلام والدعايه ، وأصبح لكل نوع منها امكانات التأثير الخاصة به ، حتى انهم يفرقون بين تأثير صحيفة يومية حزبية وبين تأثير الاذاعة وتأثير التليفزيون • ولذلك فانهم يستخدمون هذه الأدوات حسب امكانات تأثيرها مما يؤدى الى النظام المتكامل •

ويخضع هذا النظام المتكامل لعناصر عديدة لعل أهمها هو ان الجماهير تستمع الى اذاعات تحمل وجهات نظر مغايرة ومختلفة عن وجهات النظر التى تحملها أدوات الاعلام فى ألمانيا الديمقراطية ·

كما توجد عناصر أخرى توجه تشكيل هذا النظام المتكامل ومنها :

١ — يوجد فى المجتمع من يعتنقون الشيوعية كما يوجد غيرهم أيضا ·

٢ — توجد اختلافات فى مستوى المعرفة أو الاهتمامات والحاجات الفكرية المطلوب اشباعها ·

٣ — توجد اختلافات السن أو الأجيال التى تتعايش معا ، وهذا العنصر يلعب دورا هاما فى تكوين الرأى العام خاصة فى بلد تعرض ولا زال يتعرض لتيارات الحرب الباردة والدعايات الكثيرة ·

وقبل أن نشرح دور الصحافة والاذاعة والتليفزيون فى حرب الدعاية الأيديولوجية والدولية فى ألمانيا الديمقراطية ، يجب أن نقف عند نقطة هامة فى نشاط هذه الدعاية وهى الناحية الثقافية ·

ويمكن تلخيص هذه النقطة الهامة فى :

١ — المسرح ·

٢ — الكتاب ·

٣ — الفيلم التسجيلى ·

وقد استطاعت ألمانيا الديمقراطية استخدام مسرح الشاعر المعروف والمؤلف الملحمى « برتولت برخت » استخداما دعائيا واسع النطاق ، حتى أصبح مسرح (برلينتر انسامبل) الذى أعدته الدولة لمسرحيات « برخت » من معالم برلين الشرقية · ووصلت مسرحيات هذا الشاعر الى كافة أرجاء الارض حتى أصبح من الشخصيات الأدبية العالمية ·

ومضمون هذه المسرحيات فى مجموعها مضمون اشتراكى الى جانب المضمون الانسانى العام · وهى تلتفت كثيرا الى السلام ونبذ الحروب ، والتشهير بالنازية ، والتنديد باستغلال الطبقات الكادحة ·

ورغم أن دار أوبرا برلين ــ وهى من دور الأوبرا العالمية ــ توجد فى قلب برلين الشرقيــة ، وتقدم الأعمــال الكلاسيكية من الأوبرات العالميــة ، كما توجد أيضــا دار الأوبرا الكوميدية ، ومســارح أخرى كثيرة فى برلين وفى شتى مدن ألمانيا الديمقراطية ، فان مسرح « برلينتر انسامبل » لا زال بتراثه وطريقة أدائه وشهرته وسيلة هامة من وسائل الدعاية للمبادىء الاشتراكية ٠

وقد استخدم هذا المسرح بذكاء فى هذه الأعمال ، كما استخدمت مسرحيات « برخت » فى طبعتيها باللغتين الالمانية والانجليزية وغيرهما لهذه الأغراض٠ وهذه المسرحيات تطبع فى ألمانيا الغربية لا الشرقية ، حيث تستأثر احــدى دور النشر فى فرانكفورت بحق طبعها ٠

ومن ناحية الكتاب قام اتحاد الكتاب فى برلين الشرقية باصدار مجموعة من الكتب المترجمة الى الانجليزية لبعض الكتاب الالمــان الأيديولوجيين وهى مجموعة تحمل اسم « كتب البحور السبعة » ٠

ذلك ، فضلا عن كتب أخرى بلغات متعددة تصدرها دار النشر فى درسدن، وتصدر معها عددا من المجلات الدعائية منها مجلة : « المجلة » التى تصدرها باللغة العربية ٠

أما الأفلام التسجيلية فانها تحظى باهتمام كبير يدعو الى عقد مؤتمرات دولية بصفة منتظمة فى مدينة لايبزيج ، وتشترك فى هذه المؤتمرات دول كثيرة تعرض انتاجها ، وتمنح جوائز للأفلام الفائزة ٠ وبهــذه الطريقة تتحقق الدعاية الدولية عن طريق الفيلم التسجيلى ٠

الصحــــافة :

يوجد فى ألمانيا الديمقراطية حوالى ١٤٠٠ صــحيفة ومجــلة ، توزع حوالى ٣٣ مليون نسخة ٠ وبين هذه الصحف والمجلات أشكال لا علاقة لها بموضوعنا فهناك على سبيل المثال مجلة خاصة يصدرها هواة تربية الكلاب ٠

ولكن الذى يهمنا هو الصحف القيادية التى تؤثر فى الرأى العام وهذه الصحف يصدرها الحزب ، ومنهــا الصحيفة اليومية « نويزد ، يتشلاند » التى تشرف عليها اللجنة المركزية للحزب الاشتراكى الموحد ، وهى تعبر عن رأى الحزب ٠ بل هى فى الواقع جريدة أعضاء الحزب ٠

وعلى مستوى المحافظات يصدر الحزب صحيفة لكل محافظة من المحافظات الأربع عشرة • وتشرف على صحيفة المحافظة لجنة الحزب فى المحافظة •

أما المصانع والمنشآت الكبرى فان التنظيمات الحزبية داخلها تصدر مجلات أسبوعية يبلغ عددها ٦١٥ مجلة تطبع حوالى ٢½ مليون نسخة •

وبهذه الطريقة تغطى الصحافة كل مجالات النشاط الحزبى فى ألمانيا الديمقراطية ابتداء من العاصمة الى المصنع •

وهناك عدد آخر من الصحف اليومية تصدرها التنظيمات الجماهيرية ، فالنقابات تصدر صحيفة يومية ، ومنظمة الشباب تصدر صحيفة يومية أيضا تعتبر من أحسن الصحف اليومية وهى صحيفة « بونفيلد » • كما يصدر اتحاد الرياضة صحيفة « شبورت اشو » •

والأحزاب الالمانية تصدر صحفا يومية ، وبعضها تصدر صحفا اقليمية فى بعض المحافظات أو على مستوى النقابات ، ويبلغ عدد هذه الصحف الحزبية ١٨ صحيفة يصدرها : الحزب الليبرالى الديمقراطى ، والحزب الوطنى الديمقراطى ، والاتحاد الديمقراطى المسيحى ، وحزب الفلاحين الديمقراطى •

وتدل احصاءات الصحافة فى ألمانيا الديمقراطية على أنه يصدر بها ٤٠ صحيفة يومية تطبع ٧ ملايين نسخة •

والى جانب ذلك فهناك المجلات الأسبوعية المصورة • وهذا اللون من المجلات يلقى رواجا عند القراء بعد أن أصبحت أيام العمل خمسة أيام فى الأسبوع • وأصبح الناس يحتاجون الى ملء الفراغ فى يومى العطلة الاسبوعية •

والسياسية العامة التى تسلكها هذه المجلات هى انها ذات طبيعة سياسية حازمة ، الى جانب ما تنشره من مواد خفيفة ، والغالب عليها هو نشر المقالات والموضوعات السياسية الواضحة • والنظرية التى تتبعها تناقض نظرية مجلات المجتمع الرأسمالى التى تسرف فى نشر الموضوعات الجنسية •

ويبلغ عدد المجلات الالمانية الاسبوعية ١٩ مجلة تطبع أسبوعيا حوالى ٧½ ملايين نسخة •

أما الدوريات وهى فى الغالب مجلات شهرية فانها تتخصص فى المسائل العلمية • ومنها مجلات لتبسيط العلوم الاقتصادية والهندسية وغيرها ، ولهذه

المجلات أهمية خاصة فانها تطبع ١٥ مليون نسخة بحيث يخص المواطن الالمانى نسخة واحدة منها على وجه التقريب ·

وللكنيسة مجلات صغيرة تطبع الواحدة منها حوالى ٣٥٠ نسخة ويبلغ عدد هذه المجلات الدينية ٣١ مجلة ·

وتشكل وكالة الأنباء الالمانية (أ· د· ن·) مؤسسة حكومية تحتكر الأنباء ، بحيث لا تتدفق الأنباء من العالم الخارجى الى أكثر من مكان واحد · وعن طريق هذه الوكالة يحدث التحكم الكامل فى الأنباء التى تنشرها أو تذيعها كل وسائل الاعلام ·

والقضية الأساسية فى الصحافة الالمانية الديمقراطية هى أنها قامت ببناء الهيكل الاشتراكى منذ البداية عن طريق الأيديولوجية لا عن طريق الرقابة على الصحافة ·

ومنذ نهاية الحرب العالمية الثانية أبعد النازيون عن الصحافة وشغل مواقعهم آخرون ممن وقفوا ضد النازية ، وصمدوا على مبادئهم خلال فترة النضال ضد هتلر · وكان هؤلاء من كبار السن ، فضموا اليهم بعض الشباب من طبقة العمال ، حتى أنه وصل الى رئاسة تحرير بعض الصحف عامل كانت مهنته الأصلية بناء السفن ·

ومن أجل احداث التطوير العلمى فى الصحافة أنشئت كلية الصحافة فى لايبزيج حيث التحق بها كثيرون من الصحفيين الشبان وهم فى نفس الوقت عاملون فى الصحافة ·

وقد كانت كلية الصحافة فى لايبزيج ـ ولا زالت ـ من أهم المدارس الصحفية بسبب منهجها العلمى والعملى فقد ضمت الى جانب الدراسات النظرية فى التاريخ والسياسة واللغة والمذاهب والعلوم الانسانية ، دراسات عملية واقعية حتمت انشاء مطبعة خاصة للكلية تصدر صحيفة يتدرب الطلاب على اصدارها وطباعتها ، كما ضمت استديو للاذاعة للتدريب على اعداد نشرات الأخبار وقراءتها ·

وبهذه الطريقة استطاع الألمان خلال عشرين عاما خلق جيل جديد من الصحفيين اتبع فى تنشئته مبدأ الاختيار الأيديولوجى ثم التثقيف والتنوير بعد ذلك ·

ويمارس الحزب الاشتراكى الموحد سلطة قيادة الأجهزة الاعلامية بطريقة عملية فى أعلى مستوى قيادى ، حيث يضم المكتب السياسى للحزب رؤساء ومديرى أجهزة الاعلام ، ويحدد الخط السياسى لهذه الأجهزة ·

وقد مرت الدعاية الالمانية الديمقراطية بتجربة هامة يجب الالتفات اليها · اذ أنها مارست عملية الصراع ضد العدو وعقائده ومبادئه على صفحات الصحف والمجلات فترة طويلة · واستغرق هذا العمل من جهود الصحفيين والكتاب أكثر مما بذلوه فى عرض تطور بلادهم ونهضتها وتقدمها ·

وقد كان هذا الصراع أمرا طبيعيا فى بلد مثل ألمانيا الديمقراطية ولكنه شغل جماهير الشعب فكريا بقضايا العدو الفكرية ، حتى أصبح الهجوم على النظام الاجتماعى للخصم عملا أساسيا للصحافة ·

واستنفذ هذا العمل الجهد الفكرى للكتاب والصحفيين وجماهير الشعب ·

ولكن رؤى أن هذه الخطة لا تؤدى الى الأهداف المطلوبة ، لأن القضية الأساسية هى أن يهتم الناس فكريا بتطور وطنهم اجتماعيا واقتصاديا وسياسيا.

وعندما سلكت الصحافة ، وبالتالى الاذاعة والتليفزيون ، هذه الخطة الجديدة، اتخذت مواقع الهجوم لا مواقع الدفاع ، حيث احتلت قضايا البناء والتطور الاهتمامات الفكرية للشعب · وأصبح الصراع مع الخصم قائما على أساس الهجوم من مواقع البناء والتطور والتقدم ، لا من مواقع الدفاع عن التخطيط الاشتراكى ·

الاذاعة :

من المبادىء المقررة فى عالمنا المعاصر أن الراديو يمكن أن يصل سياسيا الى كل مواطن فى كل أوقات الليل والنهار ·

وعندما ظهر التليفزيون دارت مناقشات كثيرة حول تأثير التليفزيون على الراديو ، وهل يفقد الراديو أهميته تدريجيا بتطور التليفزيون ؟

لكن الذى حدث عمليا هو أنه بسبب تطور التليفزيون فى أشكاله الفنية حتى وصل الى التليفزيون الملون والمجسم ، وفى برامجه التى يتفنن فيها أصحابها يوما بعد يوم للتأثير فى جماهير المشاهدين ، حدث تطور مماثل فى تشكيل

وتخطيط البرامج الاذاعيــة • كما حدثت تغيرات جــذرية فى فن الاذاعــة الذى لا زال ينمو ويتقدم بصورة مذهلة لتلبية احتياجات الناس ورغباتهم •

وحتى الآن لا توجد أداة قادرة على اشباع احتياجات النــاس ورغباتهم بسرعة أكبر من الراديو •

ان السبب فى ذلك هو أن جهاز الارسال الاذاعى أقدر وأسرع جهاز يمكن استخدامه فى مخاطبة الجماهير على اختلاف المستويات • كما أن جهاز الاستقبال ونحن فى عصر الترانزستور أصبح أيضا أقدر وأسرع جهاز يمكن أن يتلقى اللغة التى يرسلها جهاز الارسال فى أى مكان وتحت ضغط أى ظروف •

فالصحيفة مثلا تحتاج الى مراحل معقــدة حتى تصل الى يد القارىء ••• والتليفزيون يحتاج الى مراحل كثيرة حتى يصل الى المشاهدين • وليس من السهل فى كل الظروف الحصول الى الجريدة أو الوصول الى جهاز الاستقبال التليفزيونى•

وفى ألمانيا الديمقراطية حرب اذاعية كبيرة •

ان الاذاعة تصل الى كل أسرة ألمانية ، وكل عائلة تملك جهاز راديو واحدا على الأقل ، وهناك ٦٠٪ من المواطنين يملكون جهازين أحدهما جهاز ترانزستور •

ومن الواضح أن محطات الاذاعة الخاصة بألمانيا الغربية تسمع فى ألمانيا الديمقراطية ، والعكس صحيح أيضا •

وهناك ٣٢ محطة اذاعة ترسل من ألمانيا الغربيــة الى ألمانيا الديمقراطية باللغة الألمانية • أى أنها تصل الى كل بيت ألمانى ، وأهم هذه المحطات الاذاعيــة اثنتان احداهما ترسل موجة خاصة الى ألمانيا الديمقراطية وهى اذاعة موجهة اسمها « اذاعة ألمانيا » وهى تسمع هناك على أنها اذاعة محليــة • وهناك محطــة أخرى أمريكية ترسل من برلين الغربية وتتبع جهاز المخابرات الأمريكية •

وعلى الوجه المقابل للصورة توجد فى ألمانيا الديمقراطية أيضا محطتان للاذاعة أولاهما موجهة الى ألمانيا الغربية والثانية موجهة الى برلين الغربية •

وفى مثل هذه الظروف يمكننا أن نتصور حرب الدعاية بين هذه المحطات الاذاعية التى تبث موجاتها فوق أرض واحدة لا تحجزها حواجز ، ولا تفصلها فوارق لغوية أو بشرية •

والبرنامج العام فى جمهورية ألمانيا الديمقراطية يبث برنامجين هما البرنامج الأول وهو يقدم المواد الاعلامية الى جانب البرامج الخفيفة من الأغانى والأحاديث القصيرة والريبورتاجات الاذاعية وغيرها • كما يقدم نشرة أخبار كل ساعة • وتختصر هذه الفترة الى نشرة أخبار كل نصف ساعة من الخامسة الى الثامنة صباحا قبل أن يذهب الناس الى أعمالهم ، ومن الرابعة الى السابعة مساء عقب عودة الناس من أعمالهم •

وقد تسبب التليفزيون فى تحديد الفترة الحاسمة فى برامج الاذاعة المسائية لأن معظم المشاهدين ينصرفون الى شاشة التليفزيون بين السابعة والعاشرة مساء •

وفى المجتمع الألمانى يلعب الراديو دورا هاما فى الليل حيث يعمل العمال فى المصانع الجديدة • وقد أكدت الاحصاءات أن عدد المستمعين الليليين للراديو فى ألمانيا الديمقراطية يبلغ حوالى نصف مليون أو أكثر قليلا •

واذاعة برلين الشرقية تعمل ٢٤ ساعة فى اليوم ، ولا يتوقف ارسالها • وسبب ذلك هو الحرب الدعائية القائمة هناك فكل فريق يتسابق الى اذاعة آخر الأنباء •

وهناك برنامج ثان فى اذاعة ألمانيا الديمقراطية يرسل على الموجة القصيرة ، ويوجه الى المستمعين محليا فقط • وهو برنامج ثقافى يقدم دراسات سياسية أيديولوجية للشباب المبتدئين ، وبرامج خاصة عن اللغات الأجنبية الروسية والانجليزية والفرنسية ، وبرامج موسيقية وأدبية وتمثيليات وغيرها •

أما اذاعة برلين وهى الاذاعة الرئيسية للعاصمة فان واجباتها تتلخص فى نشر سياسة الدولة عن طريق الحوار ، كما تقدم برامج خاصة للشباب لمدة أربع ساعات يوميا •

وهناك أيضا الاذاعات الموجهة باللغات الأجنبية وترسل من « راديو برلين الدولى » لتسمع بلغات أجنبية الى جانب محطة ارسال خاصة باللغة العربية ، ومحطة أخرى بالاسبانية والبرتغالية موجهة الى أمريكا اللاتينية •

التليفزيون :

هناك وضع خاص للتليفزيون فى جمهورية ألمانيا الديمقراطية ، لأنه يقوم بدور فى مواجهة الدعايات المضادة • وهو دور مباشر لأن ارساله يصل الى ألمانيا الغربية ، كما يصل ارسال التليفزيون الغربى الى ألمانيا الديمقراطية أيضا •

ويوجد فى ألمانيا الديمقراطيــة حوالى ٥ ملايين جهــاز تليفزيونى ، أى أن ٨٠٪ من العائلات الألمانية تملك جهاز تليفزيون ٠

ويمكن مشاهدة برامج التليفزيون فى كل مكان على القناة الأولى العادية (أبيض واسود) ٠ أما القناة الثانية للتليفزيون الملون فانها تصل الى ٣٥٪ من أبناء الشعب فى الوقت الحاضر ٠

ويستطيع الناس فى جمهورية ألمانيا الديمقراطية مشاهدة ثلاثة برامج ترسل اليهم من الغرب وتصل الى ٧٠٪ من أبناء الشعب لأنها تبث من برلين الغربية التى تقع وسط جمهورية ألمانيا الديمقراطية ٠

ولذلك فان حرب التليفزيون فى هذه البقعة من العالم لا تقل شراسة عن حرب الراديو ٠

وقد أصبح التعريف الجديد للتليفزيون انه « الجهاز الاعلامى ذو الوجوه الكثيرة » ٠

وفى بلد كألمانيا الديمقراطية لم يعد التليفزيون وسيلة اعلام محلية بل أصبح وسيلة دعاية دولية دون حاجة الى استخدام الأقمار الصناعية فى بث البرامج التليفزيونية ٠

وهذا العمل ليس جديدا فى القارة الأوروبية ، فقد تم فى عام ١٩٥٣ اذاعة احتفالات تتويج الملكة اليزابيث على الهواء فى فرنسا وهولندا وفى القارة الأوروبية شرقا حتى برلين ، وفى عام ١٩٥٤ عرض برنامج « تلال روما السبعة » فى ثمانى دول أوروبية فى نفس اللحظة التى كان يشاهده فيها الناس فى روما ٠ وتم بعد ذلك انشاء شبكة التليفزيون الأوروبى التى امتدت الى الشمال الافريقى عن طريق الجــزائر ٠

وهناك شبكة أخرى فى المعسكر الشرقى ٠ وفى عام ١٩٦١ تم لأول مرة ربط الشبكتين، عندما نجح السوفييت فى ربط موسكو بهلسنكى ثم باستكهولم٠ وعن طريقها تم ربط الشبكة التليفزيونية الشرقيــة بالشبكة الغربيــة وأذيعت استقبالات « جاجارين » من موسكو فى دول أوروبا الشرقية والغربيــة فى نفس الوقت عن طريق شبكات فوق سطح الأرض لا عن طريق الأقمار الصناعية ٠

ويمكننا أن نتصور بعد ذلك دور التليفزيون فى الدعاية داخل جمهورية ألمانيــا الشرقية ، حيث يتم استقبال البرامج التليفزيونية من برلين الغربيــة

بسهولة تامة ، كما يتم ارسال البرامج الى أماكن أخرى فى ألمانيا الغربية بنفس السهولة •

لذلك خططت برامج التليفزيون فى ألمانيا الديمقراطية على أساس هـذا الواقع • وهذه البرامج هى :

١ ـ البرامج السياسية :

وهى برامج يتحتم فيها الاقناع ، وتتعرض للتجارب الكثيرة حتى تصل الى أهدافها •

وهناك برنامج اسمه « كاميرا » يقدم على فترتين فى اليوم وتمتد كل فترة لمدة نصف ساعة • أى أنه يستغرق ساعة كاملة يوميا • وفترة الارسال الأولى من ٧½ الى ٨ والثانية فى نهاية برامج التليفزيون عند منتصف الليل •

وقد أجريت أبحاث ميدانية واحصائية أثبتت أن ٦٩٪ من المشـاهدين يشاهدون هذا البرنامج •

وهذا البرنامج السياسى يسبق برامج تليفزيون الجانب الآخر الذى يرسل برنامجا مشابها فى الساعة ٧ مساء ، وعنصر السبق هنا هام لأنه يقدم وجهات نظر مسبقة فى قضايا يهتم بها الجانبان •

والى جانب ذلك تقدم ندوات تليفزيونية يتحدث فيها عدد من السياسيين عن قضايا الساعة ، ويشرحونها للجماهير •

وهناك برنامج دعائى آخر يقدمه الصحفيون اللامعون ، واسمه « القنـاة السوداء » ويعرض هذا البرنامج مشاهد من تليفزيون الطرف الآخر ، ويعلق عليها الصحفى الضيف ويقوم بتفنيدها •

٢ ـ البرامج الخفيفة :

يحب حوالى ٦٠٪ من المشـاهدين رؤية البرامج الخفيفة ، وأهمهـا الأفلام السينمائية • ولكن هناك عقبـة تعترض تلبيـة رغبات المشاهدين ، لأن قناتى التليفزيون تمثلان ٧٠٠ سهرة سنويا تحتاج الى ٧٠٠ فيلم • والعالم الاشتراكى كله ينتج ٢٥٠ فيلما سنويا • ومن الصعب عرض أفلام العالم الامبريالى المناهض للاشتراكية الا فى بعض الأفلام الانسانية • كما أنه من المقرر عدم عرض أفلام الجنس والجرائم التى ينتجها العالم الغربى تأكيدا لمبدأ حماية القيم الاشتراكية •

لذلك تسعى بلاد الكتلة الاشتراكية الى انتاج أفلام مشتركة فيما بينهـا أو بينها وبين الدول الصديقة لسد هذا العجز الهائل فى الأفلام السينمائية ·

٣ ـ مسرح التليفزيون :

أصبح التليفزيون بعد التقدم الفنى والتكنولوجى مسرحا كبيرا يملك أعظم الوسائل للتأثير على الشعب ·

وينتج تليفزيون برلين الشرقية ٨٥ عمـلا روائيـا فى السنة ، تتجـه فى جملتها اتجاها اشتراكيا ، وتستمد وقائعها من الحياة الألمانية · وقد كان من أنجح مسلسلاته خماسية اسمها « كروب وكراوز » واسم « كروب » مشهور فى العالم كله على أنه ملك الحديد والصلب · أما « كراوز » فانه كان يشتغل عاملا فى أحد مصانع « كروب » العشرة التى أصبحت ملكا للطبقة العاملة· وتنتهى الخماسية بأن يصبح « كراوز » مديرا لأحد هذه المصانع ·

وقد شـاهد هذه السلسلة ٨٠٪ من سكان ألمانيـا الديمقراطية ، ومن الاحصاءات الطريفة التى قام بها أحد المهتمين بالتليفزيون أن هذا العمل لوعرض لمدة أربع سنوات أو خمس سنوات على جميع مسارح ألمانيا الديمقراطية لما وصل عدد المشاهدين الى العدد الذى وصل اليه عدد مشاهدى التليفزيون لهذا البرنامج.

٤ ـ البرامج التعليمية :

يستطيع التليفزيون أن يقوم بدور المعاهد العليا والجامعات · ويظن بعض الباحثين فى موضوع الدعاية والاعلام ان هذه البرامج التعليمية تحمل الصفة الأكاديمية أو التكنولوجية وحدها . ولكن الواقع يخالف ذلك لأن نقل الاكتشافات العلمية الى الجماهير يؤدى الى توطيد الثقة واشاعة الطمأنينة من ناحية الوصول الى التقدم ·

والمجتمع الواثق من قدراته العلميـة هو المجتمع القـادر على الصمود فى حرب الدعاية ، لأن عالمنا المعاصر أصبح عالم التقـدم ، كما أن مقيـاس نهضـة الشعوب لم يعد الكلام بل الأفعال التى تحقق النهضة والنمو ·

لذلك فان الوجه الحقيقى للبرامج التعليمية التى يقدمهـا تليفزيون برلين الشرقية انما هو تأكيد هـذا المفهوم فى مواجهـة الدعايات المضـادة التى تقارن دائما بين التقدم والتخلف ·

وهناك برامج مخصصة لجميع الجامعات فى كل المجالات التى تتطور بسرعة فى العالم المعاصر ، ويؤدى الأساتذة دورا فعالا فى هذه المجالات ٠

وقد حدثت تجربة مثيرة حيث قدم تليفزيون برلين الشرقية منهجا كاملا للدراسات الالكترونية ٠ وعمل التليفزيون كمدرس لحوالى ٤٠٠ ألف مواطن ألمانى اشتركوا فى تلقى الدروس بصورة منتظمة فى هذا المجال الحيوى ، وعندما نجحت التجربة أعد برنامج آخر لاستكمال ثقافة هؤلاء المواطنين من ناحية الدراسات الالكترونية ٠

وبذلك حدث ارتباط فكرى بين قطاع من قطاعات الجماهير وبين جهاز هام من أجهزة الاعلام ٠

(٥)

الدعاية الشيوعية

مقـدمة :

ان غرض الشيوعيين هو أن يؤمن الشعب بالمذهب الشيوعى ، ولذلك استخدمت الشيوعية وسائل الدعاية والاعلام بطرق مختلفة ٠٠ والذى يهمنا هنا فى بحثنا هذا ، هو معرفة كيف عمل زعماء الشيوعيين على استتباب الحكم الداخلى لهم وكيف يعملون عن طريق الاعـلام والدعـاية على نشر مذهبهم الذى يقولون عنه انه يحقق السلام العالمى :

تتميز الماركسية بما لها من قوة انتشار ٠٠ فهى فلسفة قادرة على الانتشار بين الجماهير لأنها أولا لا تتفق مع حالة معينة من الحضارة الصناعية وثانيا لأنها تقوم على منطق يمكن قصره على حده الأدنى من البساطة دون تشويهه ٠

ومن المؤكد مع ذلك أن الماركسية لم تكن لتنتشر هذا الانتشار الواسع السريع لو لم يضعها لينين وضعا سياسيا عمليا ٠

ان وعى الطبقات بالنسبة لماركس أساسه الوعى السياسى ، ولكن وعى الطبقات ــ وهذا هو أساس ما قدمه لينين ــ اذا ترك لنفسه ينكمش فى الكفاح الاقتصادى ، أى أنه يقتصر على وعى يتوقف على نشاط نقابى محض لا يبلغ الوعى السياسى ٠٠ فيجب أولا ايقاظه وتثقيفه وتدريبه على الكفاح فى مجالات أوسع من مجال العلاقات بين العمال وأصحاب العمل ٠

ويقوم بتلك المهمة نخبة مختـارة من الثوريين المحترفين الذين يعتبرون الطليعة ، وأغلبهم من العمـال ، ويجب أن يكون الحزب الشيوعى أداة توجيـه العلاقات بين النخبة المختارة والجماهير ــ أى بين الطليعة والطبقات ٠

وقد أحل لينين محـل المعنى الاشتراكى الديمقراطى لحزب العمـال منطق جماعة من مثيرى القلاقل الذين يثيرون الجماهير ويدربونها ٠ وعلى هذا الوضع تصبح الدعاية بمعناها الواسـع ــ الذى يبـدأ بالاضـطراب ، وينتهى بالتثقيف السياسى ــ الرباط الأساسى الصلب والمرن فى آن واحد ، الذى يربط الجماهير

بالحزب ويدربها رويدا رويدا على اللحاق بالطليعة فى ادراكها وفى عملها ·
ويمكن قصر الدعاية البلشفية على عبارتين أساسيتين :

الفضيحة السياسية ، وكلمة السر (شعار الدعوة) ·

قال ماركس :

« يجب جعل الاضطهاد الحقيقى أكثر قسوة باضافة الوعى بالاضطهاد اليه·
وجعل العار أكبر خزيا بالاعلان عنه » ·

ودعا لينين الاشتراكيين الديمقراطيين الى تنظيم فضائح سياسية فى كافة الميادين(١) وذلك بكشف الطرق التى تخفى الطبقات الحاكمة وراءها مصالحها الأنانية ، وفضح الطبيعة الحقيقية لشهواتها والأساس الحقيقى الذى تقيم عليه سلطتها واعطاء الجماهير صورة واضحة عنها ·

ومن رأينا أن الأساليب الشيوعية المختلفة لا تساعد اطلاقا على الاستقرار الداخلى أو على الوصول الى سلام عالمى ولذلك يجب مقاومة هذه الأساليب بالاعلام ووضع خطة اعلامية مبنية على العلم والحجة ومقاومة الفكرة بالفكرة ·

ويقول لينين عن طريقة كشف الفضائح السياسية :

« لن يجد العامل تلك الصورة الواضحة فى الكتب ، لأنه لن يجدها الا فى وقائع حية فيما يدور حولنا ولا نتناوله الا همسا فيما بيننا ، وتكشف عنه الوقائع والأرقام والأحكام ·· الخ ·· وتلك الفضائح التى تتناول جميع الميادين هى الشرط اللازم الأساسى لتهيئة الجماهير للقيام بنشاطها الثورى » ·

وهذا تطبيق ملموس لنظرية ماركس فى تنوير الرأى العام ·· فان التعرض لأى حادث يهم حياة الجماهير يجب على رجل الدعاية اللينينية أن يتخطى فيه المظهر الى الواقع الذى يقوم على مستوى صراع الطبقات ، وألا يترك العقول تنحرف وتغوص فى تفسيرات تافهة مضللة ·

هذا والحروب أو الاضطرابات أو الفضائح السياسية هى التى تتيح هذه الفرص ، ولكن غالبا ما تبدأ العملية بوقائع تافهة ملموسة لتربط ما كان يبدو أنه مجرد حادث بسيط بالتفسير السياسى العام الذى هو تفسير الحزب الشيوعى .

---

(١) «Que faire ?» Marx. Part. I P. 239. 1954.

ولنضرب مثلا ببطالة جزئية تصيب صالونات الحلاقة فى فرنسا مثلا ، فيقوم رجل الدعاية الشيوعية بالعمل على اقناع العميل بأنه اذا كانت صالونات الحلاقة خاوية ، فذلك لأن الناس لا يملكون سوى المال اللازم لحاجياتهم المعيشية . ويتدرج من ذلك الى التسليم بأن الأجور يجب أن تدفع بالقدر الكافى ، وأنهم اذا كانوا لا يتقاضون أجرا كافيا فذلك لأن المال الذى كان يجب أن يعود اليهم قد تحول الى ضرائب ورسوم مختلفة لصالح ميزانية ابتلعتها الاستعدادات العسكرية التى فرضتها على فرنسا سياسة الأطلنطى التى لا تعدو أن تكون دفاعا عن مصالح الرأسمالية الدولية . وليس هذا الا مثلا ابتدعناه لشرح الحجة التى يجب على رجل الدعاية — على الطريقة اللينينية — أن يحاول بها ربط الجزء بالكل .. فيعمل دون هوادة على فضح تفاصيل الظلم الذى يثيره النظام الرأسمالى الذى هو عدوه الأول ، لذلك يجب العمل بكل الوسائل لقهره ويجب على مثيرى الشغب أن يعملوا على نشر أنه لا يوجد خبز فى البلاد مثلا وذلك لمجرد خلق الاثارة فى البلاد .

« شعار الدعوة » و « كلمة السر » :

ومن رأينا فى هذا الفصل أن نكشف كل الأساليب الشيوعية التى تعمل ضد الاستقرار الداخلى حتى نضع خطة الاعلام على أساس علمى . وقد يقودنا «شعار الدعوة» الى المظهر الكفاحى الأساسى لهذه الدعاية..ففى فترة الثورة يعبر عن القضاء على الخصم، وضم صفوف الجماهير، مثل «كل السلطة للسوفييت»(١) ، و « الأرض والسلام »(٢) ، و « الخبز والسلام والحرية »(٣) ، والقول — المعاد المكرر — بأن طبقة الكادحين والطبقة العاملة ليس لديها شيء تفقده خلاف قيودها .

فقد قال ستالين عام ١٩٣١ :

« ان تاريخ روسيا سلسلة من الانكسارات فقد هزمها خانات المغول، وهزمها الأتراك ، وهزمها البارونات السويديون ، وهزمها ملاك الأرض البولنديون والليتوانيون ، وهزمها الرأسماليون الانجليز والفرنسيون .. وأسباب هزيمتها تأخرها الحربى وانحطاطها الزراعى والثقافى » .

---

(١) الاصطلاح المعروف : «Tout le pouvoir aux Soviets»

(٢) الاصطلاح المعروف : «Terre et Paix»

(٣) الاصطلاح المعروف : «Pain, Paix, Liberté»

ومن المهم ألا يجمد الشيوعى عمله بالتوقف عند « شعار الدعوة » ، فتكون الظروف قد سبقته ، وهكذا أظهر لينين فى مقال كتبه عام ١٩١٧ تحت عنوان « بخصوص شعار الدعوة » : « ان شعار « كل السلطة للسوفييت » كان صحيحا ، ولكنه لم يعد كذلك منذ أن تحالفت الأحزاب الأخرى الممثلة فى السوفييت مع البورجوازية الثورية المضادة » ٠

ويجب أن يستخلص كل شعار من مجموعة خواص حالة سياسية معينة ٠ ويتدرج الشعار بشكل يلزم القوى السياسية الأخرى بتحديد موقفها بشأن التعاون أو عدمه على أهداف ملموسة مغرية بالنسبة للجميع ٠

ويجب أن يتفق كل « شعار دعوة » ليس مع الحالة السياسية فحسب ٠٠ بل مع مستوى وعى الجماهير(١) ٠ ولا قيمة له الا اذا انعكس بشكل واسع النطاق فى هذا الوعى ٠٠ لذلك يجب أن نستخلص منه أهدافا مستترة فى أنسب وضع

وقال تروتسكى :

« يتهموننا بأننا نخلق رأى الجماهير وهذا غير صحيح اذ أننا نحاول التعبير عن رأيها فحسب » ٠

ويقوم سر نجاح الثورة البلشفية على أن لينين قد أفلح فى أن يعبر عن مطلبين رئيسيين لملايين الفلاحين الذين يتكون منهم الجيش الروسى فى شعاره : الأرض والسلام ٠

وعقب تروتسكى على هذا النجاح المتفجر لا سيما وأن البلشفيك كانوا قلة لا سلطة لهم تقريبا فقال :

« ان فقر الوسائل التى كان البلشفيك يملكونها لاثارة الاضطرابات يلفت النظر ٠٠ فكيف يتسنى اذن لأفكار البلشفية وللعبارات التى تعبر عن أهدافها أن نفرض نفسها على الشعب بهذا الجهاز الضعيف وبالعدد الضئيل الذى كانت

---

(١) كتاب « فى النظرية العلمية ــ فى الدعاية والتحريك » صادر عن الاتحاد السوفييتى الطبعة الاولى ــ صفحة ٨١ ــ بيروت ــ عام ١٩٥٨ ٠

تصدره الصحف من نسخ ٠٠ ان سر اللغز من البساطة بمكان ٠٠ ذلك أن « شعار دعوة » ما يتفق مع حاجة ماسة لطبقة ولعصر يتفتق عن آلاف الأفكار ، وكل وسط ثورى يميل الى التأجج يتميز بقابليته لنقل الأفكار » ٠

وفى ٧ مايو سنة ١٩١٧ أعلن لينين فى المؤتمر العام الأول للحزب الشيوعى ، تأييد الحزب البلشفى للاخوة العامة لكافة الجنود فى الأقطار المحاربة وحضهم على اظهار التضامن فى سبيل تسلم طبقة الكادحين (البروليتاريا) الحكم فى الأقطار المحاربة ٠

وقد ميزت البلشفية نوعين من العملاء لاثارة الجماهير ونشر الفضائح ، وكلمات السر : رجال الدعاية ومثيرو القلاقل ٠ وبليكانوف هو واضع هذا التمييز الشهير ٠

ان رجل الدعـاية يبث أفكارا كثيرة فى عقل شخص واحد أو عـدد صغير من الأشخاص بينما لا يبث مثير القـلاقل الا فكرة واحدة أو عـددا صـغيرا من الأفكار ، غير أنه على العكس من الأول يبثها فى عقول جمهور كبير من الناس ٠

وعقب لينين على هذا التعريف قائلا :

« ان مثير القلاقل يقيم تصرفه على الظلم الملموس الناشىء من تعـارض النظام الرأسمالى فيسعى الى اثارة استياء واستنكار الجماهير لهذا الظلم الفاضح ويترك لرجل الدعاية الافاضة فى تفسير هذا التعارض ٠٠ ولهذا السبب يتصرف رجل الدعاية كتابة بصفة رئيسية ويعمل مثير القلاقل شفويا » ٠

ومع ذلك يخشى لينين بشكل واضح أن يتحول هذا التمييز العملى الذى يقوم أساسا على كفاية الأمزجة الى تمييز نظرى ٠ ومن اليسـير أن نتابع هذين العنصرين فى تاريخ الثورات سواء أكانت اجتماعية أو سياسية أو دينية ٠

وكان هيبر ، ومارا من مثيرى القلاقل ٠ وكان روبسبيير ، وسان جيست من رجال الدعاية ٠ ولم يكن موسولينى فى يوم ما أكثر من مثير للقلاقل بينما كان هتلر على العكس من ذلك رجل دعاية ومثيرا للقلاقل فأفلح فى بلوغ المستوى المنشود وبلوغ التنظيم النظرى لرجل الدعاية ٠

مثيرو القلاقل واثارة الفضائح السياسية :

ويجب علينا أن نتناول بالبحث ونحن نناقش السلام وتحقيق الاستقرار نقطة تناولها لينين أكثر من مرة : « ليست المسألة اثارة القلاقل في الطبقة العاملة وتعليمها فحسب ·· كما يكتفي بذلك الاشتراكيون الديمقراطيون ·· بل يجب أيضـا التغلغـل في جميـع طبقـات الشـعب كرجال دعـاية ومثيرين للقلاقل وكمنظمين » ، فقد قال :

« يجب اثارة فضائح سياسية واقعية تهم الشعب بأسره : العمال والفلاحين وصـغار الطبقة المتوسـطة · ومن أجـل ذلك يجب أن يكون لدينـا رجـال من الاشتراكيين الديمقراطيين في كل مكان وفي كل وقت في جميع الأوسـاط الاجتماعية وفي جميع المراكز التي تتيح لنا التعرف على دخـائل أداة الحكم » ·

ويقوم دور هؤلاء الرجال أولا على الدعاية واثارة القلاقل (١) بكافة الوسائل مع العناية بتطبيق حجج الأوساط التي يعملون فيها · ومن مميزات الدعاية الشيوعية تنوع صحافتها تنوعا عظيما ·· ففي الاتحاد السوفييتي توجد صحف لكل منطقة ولكل مهنة ، وجميعها تتفق فيما تقوله ولكنها تقوله بشكل يتفق والعقليات المختلفة ·

ومن جهـة أخرى لا توجد دعـاية دون أن تصحبها الأخبـار · ويقوم دور الاخصائيين الشيوعيين الثاني بتغذية الفضائح السياسية بسيل متواصل من الأخبار المستقاة من جميع الأوساط المهنية والاجتماعية ·

وتعمل كل خلية كسارية اخبارية ، وفي الأنظمة السوفييتية تملك الصحف عددا لا يحصى من المراسلين الشعبيين في جميع ميادين النشاط في البلاد · ويعد عمل الاخباريين بالنسبة للدعاية عامل امتياز فهو يتيح لها بصفة خاصة الاقدام على العمل قبل دعايات الخصم وارباكها وغالبا التقدم عليها ·

ولقد حفظت الأحزاب الشيوعية عن لينين شهوة الفضائح السياسية المنظمة « أمام الشعب بأسره » . وهي في النظام البورجوازي لا تطبق سياسة المحالفات

---

(١) المرجع : كتاب « في النظرية العلمية ـ في الدعاية والتحريك » الطبعـة الأولى ـ صفحة ١١ ـ بيروت ـ عام ١٩٥٨ ·

والحلول التي تستنفد قوى الأحزاب الأخرى ، ولكنها ــ وهي تعادي النظام القائم عداوة عظيمة ــ تفجر على الدوام عند خصومها الغاما أعدوها لها ٠

ويقول ستالين :

« على البروليتاريا ألا تؤسس سياستها على النيات الطيبة للعظماء ، ولكن على الاحتياجات الحقيقية لارتقاء الحياة العادية للمجتمع » ٠٠

وهكذا ينكشف القناع وتفضح كل عثرة للحكومة وكل ضعف تبديه الغالبية وكل ظلم وكل فضيحة ، ويلحق كل ذلك بالموضوع السياسي المركزي ٠ ويجرى هذا العمل الواسع الدائم في أصغر مصنع ، ويمر بالمجالس البلدية والمجالس العامة وبالجمعيات المهنية وبقاعات المحاكم الى أن يصل الى ساحة البرلمان ، ومن فوق منصته تنهال الفضائح في جلبة صاخبة ٠

وقد وصفت الشيوعية الدولية في المؤتمر الثاني كل نائب من النواب بأنه مثير للقلاقل موفد من الحزب ليطبق عند العدو قرار الحزب ، ولكن النواب الشيوعيين عليهم كذلك تأييد أهداف الحزب بالتقدم باقتراحات ملموسة في ظاهرها وفقا للأوامر التي أصدرها اليهم عام ١٩٢٤ مكتب الحزب الشيوعي بأنه ليس « مشرعا يحاول التفاهم مع مشرعين آخرين » ، ويجب على النواب أن يتقدموا بمشروعات الغرض منها مجرد المظاهرة والدعاية واثارة القلاقل ٠

ومع ذلك يجب أن يعرف أن جيشا من الدعاة ومثيري القلاقل ــ ولو بلغ عددهم الملايين ــ لا يكفي لاحراز النصر اذا لم يقم عمله على خطة سياسية صحيحة وأمور تتحقق عمليا ، وليست الدعاية اذا لم تساندها الأفعال الا لغطا يثير أحلاما خطيرة ، ويتوقف مجراها عند مرحلة مضى عليها العهد ٠ ولكن من أخطاء لينين قوله(١) : « الدين أفيون الشعوب » وقد استغلت هذه العبارة كدعاية ضد الشيوعية في كل بلاد العالم ٠

وفي النظام الرأسمالي يعني هذا النشاط تأييد المطالب والعمل داخل النقابات والجمعيات على مختلف أنواعها ولكنه يسفر كذلك عن مشروعات ملموسة

---

(١) — «Commtinist War on Religion». By Gary MacEoin
Page 2, Year 1951 — New York.

الحرب الشيوعية على الدين ــ مؤلفه : جارى ماكيون ــ صفحة ٢ ــ نيويورك ــ عام ١٩٥١ ٠

تنبىء عن ارادة لا غموض فيها ، وتعد مقدمة للمجتمع الاشتراكى المقبل • وهذا الدور النموذجى هو الذى لعبته فى فرنسا مثلا التشكيلات الشيوعية بالنهوض بالاعمال الاجتماعية وبالمعسكرات الصيفية وبناء المساكن والساحات الرياضية • وهكذا تؤيد الأفعال الدعاية ، وهذا هدف أساسى بالنسبة للجمهور الذى أثارت خبرته الطويلة شكوكه فى قيمة البرامج السياسية •

ووظيفة هذه النماذج أعظم شأنا فى فترة الغزو الثورى واقامة المجتمع الاشتراكى ، فمثلا قام الاصلاح الزراعى فى جميع قرى الفلاحين الصينيين بفعل العدوى • فاشتركت القرية فى الأرض وقام بفلاحتها فريق من العمال المتحمسين المثقفين وانهالت جموع سكان القرى المجاورة لترى وتشاهد رويدا رويدا مزايا هذا الحل •

الا أن ما كتبه ماركس، من الناحية الدينية ، كان له أكبر الأثر الدعائى ضد الشيوعية نفسها ، فقد كتب ماركس يقول : « اننا لا نرى فى الدين سبب التحديد الاجتماعى بل مظهرا من مظاهره • لذلك فنحن نعلل الارتباك الدينى الذى يعانيه المواطنين بالارتباك الاجتماعى • ولسنا ندعى أبدا أن عليهم أن يزيلوا حدودهم الدينية متى أرادوا ازالة حواجزهم الاجتماعية • اننا لا نحيل المسائل الاجتماعية الى مسائل لاهوتية بل نحيل المسائل اللاهوتية الى مسائل اجتماعية • لقد ظل التاريخ مدة طويلة يحال الى أوهام ، ونريد الآن أن نحيل الأوهام الى تاريخ(١) » •

ولا نزاع فى أن البلشفيين ولا سيما لينين وتروتسكى كانوا أول من قاموا بالدعاية السياسية فى شكلها الحديث • لقد أطلق لينين عام ١٩١٧ — بما يمتاز به من عبقرية كداعية وكمثير للقلاقل — كلمات السر (شعار الدعوة التى تحدد مراحل الاستيلاء على الحكم) وأدخل تروتسكى تجديدا لم يسبق له مثيل فتوجه بالراديو الى الجماهير المعذبة(٢) متخطيا حكوماتها وانتشرت الدعاية والاضطرابات فى شدة غريبة فى الأوساط العمالية وبين الفلاحين والجيش ، وتكاثرت الأندية السياسية وصحف المصانع(٣) وخطباء الساحات العامة(٤) ، وراح مثيرو القلاقل يعملون بين العناصر المخلصة للنظام القيصرى ويبثون فى الخفاء القلق والانقسام •

---

(١) كتاب « نقد الدين والفلسفة » ترجمة سامى الدروبى وجمال الأتاسى ، دمشق ص ٨١ عام ١٩٥٨ •

(٢) الاصطلاح المعروف : Masses Souffrantes.

(٣) الاصطلاح المعروف : Journaux d'usine.

(٤) الاصطلاح المعروف : Les Orateurs de Carréfour Proliferent.

نظام القومسيير السياسى :

ولما ترعرعت الثورة فى لينتجراد وفى موسكو لم يهن هذا النشــاط ٠٠ بل انه على العكس من ذلك اتسع نطاقه لينتشر ويدعم الحكم السوفييتى ٠٠ والحق «قوميسيرون سياسيون» بالوحدات العسكرية لينفذوا فيها السياسة العامة(١)، كما انتشروا فى البــلاد وأقاموا الحفلات المسرحية والغنائية وألقوا المحاضرات السياسية ٠ وهكذا أنشئت شبكة سيكلوجية سياسية واسعة وبوسائل عــدة ــ منها الصحافة والراديو والمسرح والسينما والصحف المحلية وصحف المصانع والمحاضرات والاجتماعات ٠٠ الخ ٠٠ ــ أمكنها الاتصال بأنحاء البلاد النائية وكلفت بادارة هذا النشاط المتعــدد الأشكال « ادارة اثارة القلاقل والدعــاية » وهى ادارة تضم عناصر من كافة الطبقــات وأصبحت فرعا أساسيا للنشاط الشيوعى ٠ وقامت الثورات الشيوعية التى اندلعت بعد ذلك بمثل هذا العمل من التغلغل والتثقيف المذهبى أو الســياسى وأدخله الثوار اليوغوســــلافيون والصينيون ضمن تنظيم جيوشهم ، ولم يهن هذا النشاط يوما حتى فى أحرج الظروف ٠

ويقول ماركس : « تقود الأفكار الجديدة الى تنظيم وتعبئة الجماهير وتبرز الى الميدان قوى ثورية تعمل بالقوة على الغاء النظام القديم للأوضاع الانتاجية القديمة واقامة أخرى جديدة(٢) » ٠

وكتب م٠ جيلاس وهو من زعماء الثوار اليوغوسلافيين يقول :

« كان من النادر أن تجد وحدة لا تملك صحافتها »(٣) ٠

وقد طبقت الأحزاب الشيوعية فى العالم أجمع الوسائل الفنية اللينينيــة للدعاية السياسية ٠ ومما تجــدر ملاحظته مع ذلك أنه من المتعــذر فى النظم

---

(١) «Red Army in Peace and War», by: Robert Godima. P. 115.

كتاب « الجيش الأحمر فى السلم والحرب » لمؤلفه روبير جوديما ــ دار الدفاع عن فرنسا للنشر ــ صفحة ١١٥ ٠

(٢) كتاب « مؤلفات مختارة » المؤلف ماركس وانجلز ــ ج ١ ، ص ٢٢٧ ، ٢٢٨ ــ موسكو عام ١٩٥٥ ٠

(٣) المرجع : « عمل اثارة القلاقل والدعاية » ــ تقرير الحزب الشيوعى اليوغسلافى فى المؤتمر الشيوعى الخامس ٠

السوفييتية أو النظم التى تستوحى هـذا المذهب تحديد مجـال الدعاية لأنها أصبحت مظهرا من مظاهر النشاط الكلى ابتداء من التعليم الابتدائى الى الانتاج الصناعى والزراعى ، وشملت الأدب والفن وأوقات الفراغ ٠٠ ذلك أن نشاط المواطن كله أصبح موضوع الدعاية ٠

وقد استولت روح الحزب الشيوعى ـ على حد تعبير زادانوف ـ على العلوم والموسيقى والنقد الأدبى ٠٠ الخ ٠٠ وكلها تعمل على تكوين الرجل السوفييتى الجديد ، وأصبحت المدرسة دعامة من دعائم تلك الدعاية الشاملة . ثم أن هناك كليات سياسية ومدارس للتدريب، ومنتديات للدراسة تقوم باعداد مئات الألوف من رجال الدعاية(١) ، أو مثيرى القلاقل(٢) ، الذين يلقون المحاضرات السياسـية ويقيمون الندوات فى المصانع والمزارع الجماعية والمؤسسات التجارية والمعاهد على اختلاف أنواعها ، وهم يوفدون كذلك الى المناجم وساحات الأعمال والحقول فى الوقت الذى يطلب فيه من العمال مجهود مضاعف ٠

الثقافة والتعليم الشيوعى :

ويقوم هذا التعليم على مؤلفات ماركس وانجلز ولينين وستالين ، وعلى موجز تاريخ الحزب الشيوعى(٣) ، وهـو الكتاب الذى يوجد الى جانب سرير كل شيوعى ٠ وتدعم هذا العمل الضخم جمعيات ثقافية لا حصر لها تهاجر الى المصانع فتكون فيها « أركانا حمراء »(٤) ، والى القرى فتقيم فيها أماكن للمطالعة ، كما تدعمه الجمعيات الدعائية فى الجيش والأندية الرياضية ٠

ويقول انجلز : « يجب أن نخلق ما يسمى بالوعى الطبقى . ان البروليتاريا تتألف من الجمهرة العظيمة من الاجراء الذين لا يملكون الا القليل أو لا يملكون شيئا البتة ، وقد أبعدوا عن وسائل الانتاج وليس لديهم ما يبيعونه سوى قوة عملهم فاذا ما تم لطبقة الاجراء (البروليتاريا) فى صراعها مع الطبقة البورجوازية

---

(١) الاصطلاح المعروف : Propagandists.

(٢) الاصطلاح المعروف : Agitateurs.

(٣) الاصطلاح المعروف : «Le Precis d'histoire du P. C. (B)

(٤) الاصطلاح المعروف : Coins rouges.

النصر تحقق المجتمع اللاطبقى وهو غاية الشيوعية(١) ·· فمن خطب الى أفلام الى اعلانات الى رسوم بيانية الى اعلان للمقاييس التى بلغت وتعدت حدها الأقصى ، كل ذلك يخلق رمزا للخطة التى تقتحم مظاهرها الشارع وأماكن العمل » ·

« وتنتصر الدعاية هنا الى حد أنها تمتزج فى مجموعة النشاط السياسى والاقتصادى والفكرى للدولة » ·

« من غير نظرية ثورية لن تكن ثمة حركة ثورية » ·

---

(١) «Selected Works», by: Marx — Engels, Volume I, Page 227 — 28., Moscow, Year 1955.

كتاب « أعمال مختارة » عن ماركس وانجلز — الجزء الأول — ص ١٦ ، ٢٦ موسكو — سنة ١٩٥٥ ·

(٦)

النشاط الدعائى للولايات المتحدة

فى يونيو سنة ١٩٤٢ أسس مكتب الاستعلامات الحربية برئاسة « المر دافيز » ، وكان هذا أول أعمال الولايات المتحدة فى مجال الدعاية الدولية على نطاق عالمى ، وبدأ الزعماء الأمريكيون يدركون أهمية الحرب السيكلوجية ، وأسس « صوت أمريكا » رسميا ليذيع من خلال احدى عشرة محطة للموجات القصيرة ، وأقيمت مكاتب الاستعلامات فى كل بلد أمكن اقامتها فيه ، وكانت تعرف بمكاتب استعلامات الولايات المتحدة وكان نشاطها يتضمن عرض الأفلام الاخبارية وترجمة الكتب وعرض الصور الاعلامية والصور الصحفية وتوزيع نشرات الأخبار ومقالات المجلات والاعلانات والكتيبات والأفلام السينمائية وغيرها من المواد الدعائية ٠

ثم أصدر الرئيس «ترومان» فى ٣١ أغسطس سنة١٩٤٥ أمرا بانشاء « مكتب الاستعلامات الدولى المؤقت » ليحل محل أجهزة متعددة هى : وكالات الاستعلامات الحربية ووكالة الشئون المتصلة بالعلاقات بين الدول الامريكية والمساعد الخاص لوزير العلاقات الصحفية الذى كان يعد ويصدر نشرة اذاعية يومية للضباط الذين كانوا يعملون فى الخارج وقسم الاستعلامات الدولية الملحق بمكتب الشئون العامة وقسم التعاون الثقافى للجنة المشتركة ، وعين « وليم بنتون » وكيل وزارة مساعد للشئون العامة وأمر بأن ينفذ ما أعلنه الرئيس ترومان من : « ان طبيعة العلاقات الدولية اليوم تجعل من الجوهرى للولايات المتحدة أن تحتفظ بنشاط اعلامى فى الخارج كجزء من ادارة شئوننا الخارجية » ٠

وفى ١٩ ابريل سنة ١٩٥٠ ، شن الرئيس « ترومان » فى خطاب له أمام جمعية محررى الصحافة الامريكية هجوما عنيفا قال فيه : « يجب علينا فى كل مكان تنتشر فيه الدعاية السوفييتية أن نواجهها وأن نتغلب عليها عن طريق الدعاية للحرية والديمقراطية ٠ ويجب أن نضم جهودنا الى جهود الشعوب الأخرى فى برنامج قوى شامل ٠٠٠ يجب أن نجعل صوتنا مسموعا فى كل أرجاء العالم فى حملة هائلة » ٠

وكان « تيودور س. ستريبرت » أول مدير لوكالة الاستعلامات الامريكية وقال فى خطاب له الى الرئيس أيزنهاور في ٢٤ أكتوبر سنة ١٩٥٣ : « ان أسلوب الوكالة سيكون الضرب بشدة تفوق الأساليب السابقة ... ولكننا سنتجنب نغمة الدعاية » . وفى ١٥ نوفمبر سنة ١٩٥٦ تولى الرئاسة « آرثر لارسون » قبيل الفترة الثانية لحكم أيزنهاور . ولما عاد « جورج ألان » الى حظيرة النشاط الدعائى حل محل « لارسون » فى ١٦ أكتوبر سنة ١٩٥٧ .

وكتب الرئيس أيزنهاور فى خطاب قبول استقالة ستريبرت : « لقد طورت أنت وزملاءك وكالة الاستعلامات الامريكية حتى أصبحت سلاحا قويا فى يد بلدنا فى صراعنا من أجل حرية العالم ، فقد أصبحت الآن راسخة الدعائم . انها تعرض الحقائق عن الولايات المتحدة وعن سياستنا الخارجية أمام أعين العالم الذى تتوافر له حرية سماعها ، وان العمل الاعلامى الذى قمت به قد أثبت صحة تصرفنا فى انشاء الوكالة من ثلاث سنوات مضت » .

وتدير وكالة الاستعلامات الأمريكية محطة اذاعة القطاع الأمريكى من برلين التى توجه الى جمهورية ألمانيا الديمقراطية وبولندا وتشيكوسلوفاكيا والى دول البلقان . وتذيع هذه المحطة ملخصات اخبارية موجهة بالاضافة الى الندوات والمواد المسلية والبرنامج الأساسى الذى يستغرق حوالى ست عشرة ساعة ، فضلا عن اذاعات منقولة من صوت أمريكا .

وقد أنشأ جيش الولايات المتحدة هذا كله ، وكانت قوته ١٠٠٠ وات سنة ١٩٤٦ . وعندما رفض السوفييت السماح للحلفاء الغربيين بالاشتراك فى التسهيلات الاذاعية من راديو برلين بدأت وكالة الاستعلامات الامريكية فى بناء محطات أقوى وخاصة بعد أن بدأ راديو برلين الشرقية فى التشويش على محطاتهم الضعيفة . وتعتبر اليوم محطة الحلفاء التى تبلغ قوتها ٣٠٠ر٠٠٠ وات من أقوى الأسلحة فى الحرب الباردة .

وتقوم مؤسسات غير حكومية فى الولايات المتحدة بدعاية دولية منتظمة وقد أنشئت هذه المؤسسات بعد الحرب العالمية الثانية. وشجع الرئيس أيزنهاور الدعاية غير الحكومية عن طريق برنامج « من الشعب الى الشعب » .

وهناك معهد « التربية العالمية » وهو وكالة خاصة تشرف على التبادل بين الولايات المتحدة والبلاد الاخرى :

وكان المجلس المشترك للوحدة الامريكية الذى كان يشرف عليه نخبة من كبار الامريكيين يقوم ببرنامج « خطابات من أمريكا » ويساعد الامريكيين على ارسال خطابات الى العائلات والأصدقاء فى الخارج ٠

وهناك ثلاث مؤسسات خاصة تعمل فى الاذاعة الدولية لها دور يستحق الاهتمام ، وهذه المؤسسات هى : لجنة أوروبا الحرة واذاعتها صوت أوروبا الحرة ، ولجنة آسيا الحرة واذاعتها صوت آسيا الحرة ، واللجنة الامريكية للتحرر من البلشفية التى تذيع عن طريق اذاعة التحرير ٠

وتقوم اذاعة أوروبا الحرة بشن حرب سيكلوجية ضد أنظمة الحكم الاشتراكية ٠ ولا يستخدم راديو أوروبا الحرة كأداة فى يد الولايات المتحدة يعمل لصالح شعبها بل انه يعمل من وراء ستار فهو ليس « صوت أمريكا » بل صوت هنغاريا الحرة أو تشيكوسلوفاكيا الحرة أو بولندا الحرة أو بلغاريا الحرة أو رومانيا أو ألبانيا أو غيرها ٠

والمركز الرئيسى لاذاعة أوروبا الحرة فى ميونخ بألمانيا الغربية حيث توجد مراكز الادارة وجمع الأخبار ووضع البرامج والهيئة الهندسية ، وتملك جهاز ارسال قوته ١٣٥٠٠٠ وات وتذيع على الموجة المتوسطة من هوتز كرشن قرب ميونخ ولها كذلك ٢٩ جهاز ارسال على الموجة القصيرة فى قرية (قرب مانهايم) فى ألمانيا الغربية وفى لشبونة والبرتغال ٠ وعن طريق أجهزة الارسال القوية تقدم اذاعة أوروبا الحرة برامج تذاع على أكثر من تسع موجات قصيرة وواحدة متوسطة تعمل لأكثر من ١٥٠٠ ساعة أسبوعيا ٠ وتأتى التوجيهات العامة وكذلك ما يقرب من ١٠٪ من البرامج من المركز الرئيسى بنيويورك ، وقد كتب المحرر المتجول لمجلة « تايم » عقب زيارته لاذاعة أوروبا الحرة يقول : « ان لاذاعة صوت أوروبا انطباعا عميقا فى الأذهان ٠ وعندما كنت فى برلين منذ أسابيع قليلة ماضية لاحظت أن هيئة اذاعة أوروبا الحرة قد وظفت عددا ممن يجمعون الأخبار أكبر مما لدى شركة « يونيتد برس » و « تايم » و « النيويورك تايمز » مجتمعة ، فان أرشيفها وادارات البحوث فيها ليست أكبر وأدق من أى دار نشر عرفتها فحسب بل أكبر وأكمل وأبعد أثرا من أى نشاط مماثل تقوم به ست دول فى وقت واحد » ٠

ولجنة أوروبا الحرة ـ الى جانب نشاطها الاذاعى الذى يتضمن صحافة أوروبا الحرة وقسم علاقات أوروبا الحرة الخاصة بالمنفيين ـ تصدر نشرات وتدير جامعة أوروبا الحرة فى المنفى ٠ ومن أبرز ألوان النشاط الذى مارسته اللجنة

النشاط الخاص بارسال النشرات التى كانت تحملها البالونات والتى تسمى « بنسمات الحرية » الى تشيكوسلوفاكيا وبولندا ، والمجر . وقد توقفت هذه العمليات فى أواخر سنة ١٩٥٦ ·

وأسست اللجنة الخاصة بآسيا الحرة فى سنة ١٩٥١ بواسطة بعض المواطنين الأمريكيين لسد الفجوة العميقة التى تمثلت فى نقص المعلومات التى كانت تصل لدول آسيا ·

وتذيع اذاعة التحرير بواسطة تسعة أجهزة ارسال مركبة فى وسط ألمانيا من استديوهات فى ميونخ ، وتذيع ستة من أجهزة الارسال لمدة ربع ساعة باللغة الروسية بينما تستعمل الأجهزة الثلاثة الباقية لاذاعة نفس البرنامج بلغات الأقليات مثل اللغة الأرمينية والأذربيجانية والجورجية والقوقازية الشمالية والتركستانية وتخرج حوالى ٤٠٪ من النشرات من نيويورك وتأتى ٣٠٪ من الهيئة فى ميونخ و ٣٠٪ من المساهمين فى نشاطها من الخارج ·

وتوجه هذه الاذاعة برامج مناوئة لسياسة الاتحاد السوفييتي وهى لا تتفق دائما مع السياسة الخارجية الرسمية للولايات المتحدة ·

(٧)

النشاط الدعائى لبريطانيا

لم تعترف بريطانيا مثل الولايات المتحدة والاتحاد السوفييتى بقيمة الدعاية الخارجية فى زمن الحرب حتى نهاية الأربعينات ·

وتتلخص وجهة النظر البريطانية بدقة فى الكلمات التى قالها المستر « ارنست بيفن » الذى كان وزيرا لخارجية بريطانيا فى ذلك الوقت مخاطبا بها مجلس العموم فى أواخر سنة ١٩٤٥ : « ان الطريق السوى لنشر الحقيقة هو أن نعالجها لا أن نقوم بشن حرب أعصاب دعائية » : وقال «اللورد ماكدونالد» الذى كان يمثل المملكة المتحدة فى الأمم المتحدة ان هيئة الاذاعة البريطانية فى اعتقاده مهتمة فقط بنشر الحقيقة وهذا بالطبع هو ما ستدعيه كل الأمم عن برامج استعلاماتها ·

ويجب أن نلفت النظر الى أن الحكومة البريطانية فى زمن الحرب مارست الدعاية منذ الأسابيع الأولى للحرب العالمية الأولى وحتى فبراير سنة ١٩١٨ ، وكانت الدعاية البريطانية تتم عن طريق الوزارات المختلفة المهتمة بنشر وجهة نظر معينة وعن طريق « بيت ولينجتون » وهو مكتب ملحق بوزارة الخارجية · وفى ديسمبر ١٩١٦ أسست وزارة للاستعلامات لتكون مسئولة عن الدعاية البريطانية أمام رئيس الوزراء ولها حق الاتصال بوزارة الحرب · وكانت وظيفة ادارة الاستعلامات هى القيام بأعمال الدعاية فى البلاد المحايدة والمتحالفة وفى بلاد الدومينيون البريطانى · وكانت أعمال الدعاية فى بلاد الأعداء هى مهمة لجنة خاصة تحت اشراف « اللورد نورثكليف » ·

وبعد الحرب تقرر الغاء وزارة الاستعلامات ولجنة «نورثكليف» للدعاية الموجهة للأعداء وأهملت الدعاية فى بريطانيا حتى أواخر سنة ١٩٣٤ عندما أنشىء المجلس البريطانى · وفى فبراير سنة ١٩٣٨ دفع التوتر العالمى الذى تزعمه أدولف هتلر البرلمان البريطانى الى التفكير فى الدعاية المضادة ، ووافق مجلس العموم على اقتراح ينص على أنه : « بالنسبة للنشاط المتزايد لبعض الحكومات الاجنبية فى مجال الدعاية السياسية والثقافية عن طريق الصحافة والاذاعة والأفلام فان هذا المجلس ايمانا منه بأن الآثار الضارة للدعاية الحكومية ذات الطبيعة المنحرفة أو المضللة

يمكن مواجهتها بأفضل شكل ممكن لا بالانتقام بل بالنشر على أوسع نطاق للمعلومات الصحيحه والأخبار التى تستند على سياسة عامة أمينة مستنيرة ، فانه يطالب الحكومة بالحاح أن تعطى كل معونة مالية وأدبية لكل مشروع يهدف الى نشر وجهات النظر البريطانية والثقافة البريطانية على أوسع نطاق وأبعد مدى ممكن فى خارج البلاد » .

واستأنفت وزارة الاستعلامات نشاطها خلال الحرب العالمية الثانية ثم الغيت هذه الوزارة فى ٣١ من مارس سنة ١٩٤٦ عقب الحرب وفقد نظام الدعاية البريطانية مركزيته بالرغم من أن «هربرت موريسون» رئيس المجلس عين ليكون مسئولا عن كل أمور الدعاية الخارجية والداخلية نيابة عن مجلس الوزراء ، وكانت وجهة نظر الحكومة البريطانية « انه من المهم عرض صورة كاملة صادقة للسياسة البريطانية وللمنظمات الدستورية وأساليب الحياة بها فيما وراء البحار » وكان لبعض الخدمات الاستعلامية دور هام ومستديم فى جهاز الحكومة فى ظل ظروف عصرية متقدمة .

والدعاية الدولية البريطانية اليوم يتولى أمورها عدد من الوزارات وبعض المصالح الحكومية وشركتان حكوميتان ـ وهى وزارة الخارجية ووزارة شئون العلاقات بين دول رابطة الشعوب البريطانية ووزارة المستعمرات ووزارة الخزانة ومجلس الشئون التجارية الذى يعالج مسائل الدعاية الاقتصادية ، والمكتب المركزى للاستعلامات وهيئة الاذاعة البريطانية والمجلس البريطانى . وتتولى لجنة الاستعلامات لما وراء البحار أعمال التنسيق والمراجعة ، وتقع على وزارة الخارجية المسئولية الأولى فى مجال الدعاية الخارجية ، وتعمل ادارة الاستعلامات مع المكاتب الاقليمية المختلفة لوضع سياسة الاستعلامات، كما أن ادارة الاستعلامات التابعة لوزارة الخارجية مسئولة عن وكالات الدعاية البريطانية فيما وراء البحار والعلاقات الثقافية وادارة الأخبار للمجلس البريطانى ونشاط اليونسكو وادارة الأخبار الخاصة بالصحافة الأجنبية والمحلية فى المملكة المتحدة .

وتتولى الاستعلامات البريطانية بيع الكتب البريطانية والنشرات الدورية والصحف والأفلام البريطانية وتساعد هيئة الاذاعة البريطانية بنشر برامجها كما تقيم محطات التقوية المحلية وتعد الرحلات السياحية للشخصيات البارزة الزائرة التى تفكر فى زيارة الجزر البريطانية كما تتولى اصدار نشرات عن الأخبار الخاصة لتتزود بها الصحافة المحلية .

وتمد ادارة مصلحة الاستعلامات البريطانية الوكالة الأناضولية فى تركيا بالمقالات الرئيسية والتعليقات المقتبسة من الصحافة البريطانية كل يوم • وفى قبرص تمتلك وزارة الخارجية هيئة الاذاعة العربية للشرق الأوسط التى توجه اذاعتها باللغة العربية لدول الشرق الأوسط •

أما هيئة الاذاعة البريطانية فانها هيئة عامة تسير طبقا لميثاق سبق منحه لها فى أول يناير سنة ١٩٢٧ ويسرى هذا لمدة عشر سنوات كما يتم تجديده كل عشر سنوات . والقانون الخاص بهيئة الاذاعة البريطانية والذى بدأ تنفيذه فى أول يوليو سنة ١٩٥٢ يقول ان الهيئة « سوف تدار كخدمة عامة » بواسطة محطات تنشأ فى الجزر البريطانية وبموجب ترخيص يمنح بواسطة مدير البريد ، ولها أن تذيع عن أمور تعتبر فى الوقت الحاضر من المسموح باستقبالها بموجب هذا الترخيص فى المملكة المتحدة وشمال أيرلندا والجزر الواقعة فى القنال الانجليزى وجزيرة مان وفى بلاد الدومينيون فيما وراء البحار والأقاليم الخاضعة لحمايتها وفى البلاد والأماكن الأخرى غيرها ، بواسطة المسئولين فى أعالى البحار •• ويمكنها كذلك « اقامة وادارة محطات فى البلاد والأماكن خارج الجزر البريطانية لاذاعة الأمور التى يجوز السماح باستقبالها بموجب هذا التصريح فى أمثال البلاد أو الأماكن المشار اليها » • ويتوقف هذا على موافقة كتابية مسبقة من مدير البريد وعلى الحصول على أى ترخيص مطلوب • ولهيئة الاذاعة البريطانية السلطة فى جمع الأخبار والاستعلامات من أى جزء من أجزاء العالم وبأى وسيلة تراها مناسبة وفى انشاء وتمويل وكالات الأنباء •

ويشترط القانون كذلك ان « الهيئة سوف ترسل كل يوم — بما فى ذلك ايام الآحاد — وفى أثناء ساعات يحددها مدير البريد بعد استشارة الهيئة ، برامج اذاعية لاستقبالها فى الجزر البريطانية أو فى عرض البحار » — وتعرف هذه بالخدمة الأهلية — وكذلك « برامج اذاعية فى بلاد الدومينيون المملوكة لصاحبة الجلالة فيما وراء البحار وفى الأقاليم التى تتمتع بحماية جلالتها وكذلك فى الدول الأجنبية — وتعرف هذه بالخدمة الخارجية •

« ويجب على الهيئة أن تستشير فيما يتصل ببرامجها اللوردات نواب الملك لشئون الخزانة والأدميرالية ووزارة الطيران ووزارة المستعمرات ووزارة شئون علاقات الكومنولث ووزارة الخارجية ووزارة الحرب » • كما يجب على الهيئة كذلك « أن تستقى وتقبل من كل هؤلاء المعلومات التى من شأنها مراعاة مستلزمات وسياسات حكومة صاحبة الجلالة تجاه الحكومات الموضحة والبلاد الاخرى بالشكل الذى يساعد الهيئة على تخطيط وتحضير برامجها لما وراء البحار فى اطار المصالح القومية » •

وتنقسم خدمات هيئة الاذاعة البريطانية لما وراء البحار الى قسمين :

١ ــ الخدمات الأوروبية ٠

٢ ــ الخدمات غير الأوروبية الموجهة الى دول ما وراء البحار ٠

والخدمات العامة لما وراء البحار توجه برامجها الى الشعوب الناطقة باللغة الانجليزية ٠ وتكون الخدمات الاقليمية لما وراء البحار عادة باللغة الانجليزية أو اللغة التى يتكلمها أهل المنطقة ٠

ورغم أن هيئة الاذاعة البريطانية لها صفتها وكيانها القانونى المنفصل كهيئة فانها وكالة تابعة للحكومة البريطانية وحتى اذا لم تكن احداها فان الغالبية العظمى من المستمعين اليها فيما وراء البحار يعتبرونها كذلك ٠ ولقد قال « جوزيف ب٠ فيليبس » نائب مساعد وزير الشئون العامة الأمريكى السابق على أساس من الأدلة التى جمعها مراقب أمريكى : « اننى لا أعتقد أن المستمعين يميزون بين هيئة الاذاعة البريطانية كهيئة مستقلة وبين هيئة الاذاعة البريطانية التى تنطق بلسان الحكومة البريطانية » فان تكاليف الخدمات الخارجية تدفع كمنحة من الحكومة ٠

ولهيئة الاذاعة البريطانية ممثلون فى كثير من البلاد يعملون كمراسلين ويقومون بالمساعدة فى خدمات هيئة الاذاعة البريطانية محليا ٠ وهم ينظمون اعادة اذاعة برامج هيئة الاذاعة البريطانية من محطات تقوية مثل محطة اذاعة « أول انديا » ــ أى « كل الهند » ــ ويشترون مساحات للاعلان فى الصحف لنشر برامج هيئة الاذاعة البريطانية وكذلك يشترون فترات اذاعية فى بعض الاذاعات المحلية. وتنشر هيئة الاذاعة البريطانية برامجها فى نشراتها العديدة باللغة الانجليزية وباللغات الأجنبية ، ومن شأن هذه أن تدر عليها دخلا ضخما من الاعلانات ٠

ويحاول كثير من الباحثين المقارنة بين عمل هيئة الاذاعة البريطانية وعمل صوت أمريكا ، ويقول « روبرت ج٠ فرانسيس » القائم بعمل مدير قسم الاذاعة الدولية السابق (الذى يدير صوت أمريكا) ان هيئة الاذاعة البريطانية تحظى بحب أكثر من صوت أمريكا بالرغم من أن صوت أمريكا يعمل للعالم ورغم أن الاذاعة البريطانية تسير على نفس النهج الذى يسير عليه صوت أمريكا ٠

أما المجلس البريطانى فانه هيئة مستقلة نصف حكومية تعمل بموجب قانون ملكى ٠ وقد اقترح عقب الحرب العالمية الثانية على السفير البريطانى فى القاهرة أن يعمل على نشر دراسة اللغة الانجليزية فى مصر وكان قد قيل فى ذلك الوقت ان

زعماء الرأى العام المصرى قد اعتنقوا الثقافة الفرنسية واللغة الفرنسية فهز السفير البريطانى كتفيه وقال : « ان اللغة الفرنسية مناسبة جدا للمصريين » ٠
وقد تأسس المجلس البريطانى فى عام ١٩٣٤ لتدعيم العلاقات مع الدول الاخرى بموجب نصيحة تقدمت بها وزارة الخارجية ، وكانت وظيفته تعليم وتفسير أسلوب الحياة البريطانية فى الخارج ٠ وكتبت جريدة التايمز اللندنية تقول :
« ان أى دولة لا يمكن أن تكون مفهومة للشعوب الاخرى اذا ظلت سلبية وبمعزل عنهم ٠ ويمكن بصورة ما من صور الاعلان اذا وجهت بحكمة وبواسطة الحكومة أن تصبح الشركات الصناعية ذات أثر كبير فى تهيئة أساس مثمر للسياسة » ٠
وفى عام ١٩٤١ رفضت فكرة وضع المجلس تحت اشراف وزارة الاستعلامات التى أنشئت فى وقت الحرب وقال « الايرل ونترنون » أمام البرلمان « يجب فى رأيى أن نجد فى عمل المجلس البريطانى صورة الدعاية أو الاعلان الذى لا يمكن لأحد أن يحظى فيه باستثناء » ٠

وكان المرسوم الملكى البريطانى بانشاء الهيئة والذى صدر عام ١٩٤٠ قد نص على انشاء المجلس « لغرض نشر معرفة أوسع بمملكتنا المتحدة لبريطانيا العظمى وشمال ايرلندا ولنشر اللغة الانجليزية ولتنمية علاقات ثقافية أوثق بيننا وبين الدول الأخرى من أجل منفعة رابطة الشعوب البريطانية » ٠ ويخول المرسوم قيام لجنة تنفيذية لها حق تعيين رئيس ونائب رئيس أو نواب رئيس ومدير عام. وهذه الوظائف « لا بد من أن يوافق عليها وزير خارجية حكومة صاحب الجلالة مقدما وطبقا لتقرير المجلس البريطانى عن العام ١٩٤٠ – ١٩٤١ » ويظل الرئيس فى منصبه للمدة التى يوافق عليها وزير الخارجية « وتتكون اللجنة التنفيذية من عدد لا يقل عن ١٥ ولا يزيد عن ٣٠ عضوا » وذلك طبقا للمادة ٤ من المرسوم ٠ ولا بد من أن يكونوا من رعايا بريطانيا ٠٠ ويختار من هؤلاء تسعة بواسطة أعضاء الحكومة وتعينهم الحكومة ٠ وخدمات هؤلاء الأعضاء شرفية ٠ ويتكون المجلس البريطانى نفسه من أكثر من ٢٠٠ عضو ولكن السلطات كلها مخولة للجنة التنفيذية التى تعقد اجتماعاتها شهريا ويجتمع المجلس سنويا ولمساعدة اللجنة التنفيذية تم اختيار لجان استشارية وقوائم بأسماء من بين الخبراء الممتازين فى مختلف الميادين ٠

وكان من أهداف المجلس البريطانى :

١ – انشاء مراكز جديدة أو تشجيع المراكز الموجودة لتنمية الثقافة البريطانية فى الخارج ٠

٢ – تشجيع انشاء مدارس بريطانية فى الخارج ٠

٣ ـ تشجيع الدراسات البريطانية فى المدارس الاجنبية والجامعات ٠

٤ ـ تشجيع معرفة اللغة الانجليزية عن طريق هذه المؤسسات والهيئات الاخرى ٠

٥ ـ دعوة الطلبة الجامعيين أو طلبة الدراسات العليا من البلاد فيما وراء البحار لتلقى مناهج تربوية وللدراسة أو التدريب الصناعى فى بريطانيا ٠

٦ ـ النشر بين العامة على أوسع نطاق لمعرفة تلك الأشياء التى من شأن المجلس البريطانى أن يجعلها معروفة عن طريق الصحافة والأفلام وتوزيع الكتب والمعارض والمحاضرات والفرق الموسيقية والروايات المسرحية ٠ وتتضمن الوظائف الأخرى دعوة الأساتذة والمحاضرين وتسهيل الاتصالات بين المواطنين البريطانيين والمواطنين فى البلاد الاخرى سواء أكان ذلك فى أرض الوطن أم فى الخارج ، ونشر المعلومات عن القانون والحكومة والعلم والمسرحية والفن والموسيقى والأدب والفلسفة البريطانية وامداد المعاهد البريطانية والمترددين عليها من الأجانب بالأفلام والكتب والنشرات الدورية والكتيبات والصور عن الموضوعات الثقافية والعلمية والتربوية ومساعدة الدول الأجنبية على ايجاد واختيار المستشارين الفنيين والأساتذة والمحاضرين والعلماء والخبراء . وكانت بعض الأساليب التى اتبعها المجلس البريطانى مقررة بسبب طول الاستعمار ، كما كانت هناك أساليب حديثة منها مشروع كتاب الصادرات الذى كان يرسل شهريا متضمنا قائمة النشرات البريطانية المختارة الى تجار الكتب المشهورين فى الخارج وهؤلاء لهم امتياز خاص هو اعادة الكتب التى لا تباع خلال ستة شهور الى المجلس البريطانى ٠

والى جانب الجرائد الاخبارية السينمائية التى تسمى « بالأخبار البريطانية » التى تنتجها أسبوعيا خمس من الشركات البريطانية المتخصصة فى الجرائد الاخبارية السينمائية فان المجلس يصدر أفلاما تسجيلية يعرضها أو يوزعها أما المعاهد التابعة للمجلس البريطانى ومراكزه فى الخارج فيلتحق بها عدد ضخم من الطلاب ٠ ويساعد المجلس فى اختيار الطلبة البريطانيين المستحقين للمنح الدراسية فى البلاد الاخرى ، كما يمنح اعانات للأساتذة المبعوثين للجامعات الاجنبية ، ويستخدم المحاضرين البريطانيين بالأجر للتجول فى البلاد الاجنبية نيابة عن المجلس ، كما يتولى ترجمة الشعر والنثر الانجليزيين والنصوص الطبية والعلمية الاخرى ، وتطبع هذه الترجمات فى البلاد المختلفة ويدفع الأجر عنها وغالبا ما يساعد المجلس الناشرين باعانات صغيرة ٠

وينشر المجلس عددا من الكتيبات أغلبها بالانجليزية تحت عناوين مختلفة مثل « الحياة والفكر الانجليزيان » و « العلم فى بريطانيا » و « ملاحق لأخبار الكتب البريطانية » ، وقد تعاون المجلس فى بريطانيا فى تكوين مراكز قومية مثل المعهد البلجيكى والمركز الاسكتلندى الفرنسى فى أدنبرة ٠

وقد اشتهر المجلس البريطانى ــ بسبب نشاطه الثقافى الخاص غير السياسى ــ بأنه هيئة مستقلة غير حكومية ٠ وتتحدث جريدة « اسبكتيتور » كثيرا عن مزايا عدم اعتباره « كجزء من الحكومة » ومع ذلك فهناك ثلاثة وزراء يمثلون وزارة الخارجية ووزارة المستعمرات وعلاقات الكومنولث توجه اليهم الأسئلة عن عمل المجلس أمام البرلمان ، كل فى دائرة اختصاصه ٠

ولقد كانت قوة المجلس مستمدة من نشاطه الذى تركز فى النواحى الثقافية وابتعد عن السياسة . وقد جعله هذا يبدو كهيئة مستقلة عن الحكومة التى تعتبر بطبيعتها هيئة سياسية ٠ ولكونه منفصلا عن الحكومة فى أذهان الكثيرين من الناس فهو يبدو أمامهم كهيئة بعيدة عن الدعاية ٠

* * *

وباستثناء هيئة الاذاعة البريطانية فانه يجب على المجلس البريطانى وكل وكالات الحكومة البريطانية أن تستقى مادتها الدعائية من مكتب الاستعلامات المركزى الذى أسس فى ٣١ مارس سنة ١٩٤١ كادارة غير وزارية ، تحل محل وزارة الاستعلامات التى صفيت فى ذلك التاريخ ٠ ومنذ ذلك الحين صار الوزراء مسئولين عن دعاياتهم الخاصة، وأصبحت الخدمات الخارجية التى كانت تحت اشراف وزارة المستعمرات خاضعة لاشراف وزارة الخارجية . اما وظيفة مكتب الاستعلامات المركزى فهى العمل كوكالة مركزية لاعداد مادة الدعاية التى تحتاج اليها المصالح الحكومية وتنظيم الدعاية المحلية مع توفير خدمات يومية من التعليقات والمعلومات لمندوبى الصحف ولممثلى بريطانيا فيما وراء البحار ٠

ويصدر مكتب الاستعلامات المركزى مجلة تسمى « اليوم » باللغة الانجليزية واللغة السواحلية وتوزع فى المستعمرات كما توزع فى اليونان وتركيا وبولندا والهند والباكستان وبورما والشرق الأوسط ومناطق المحيط الهادى ، كما انه

يصدر تعليقات باللغات المحلية فى باريس وميلانو واترخت وهلسنكى وأثينا وهامبورج وميونيخ ، وتعرف باسم « الصدق » ، و « صدى العالم » .

ولا توجد وكالة غير حكومية تقوم بدعاية منتظمة لبريطانيا أو لرابطة الشعوب البريطانية تماثل « لجنة أوروبا الحرة » فى الولايات المتحدة ، ولكن توجد طوائف خاصة تهتم بالأمر . ويعتبر « اتحاد الناطقين باللغة الانجليزية » من أبرز هذه الطوائف التى تمارس أعمال الدعاية .

الفصل الحادى عشر

الدعاية التجارية كأساس للدعاية السياسية

تهتم دول العالم كبراها وصغراها على السواء بالدعوة لنفسها فى محيط أوسع من محيطها . أما الدول الكبرى فتفعل ذلك لأنها تبغى من ورائه الترويج لصناعاتها ومنتجاتها والسيطرة الاقتصادية على الأسواق الأجنبية . وليس من شك فى أن الانقلاب الصناعى أو الثورة الصناعية فى أوروبا كانت من العوامل الأصيلة فى استعمار الغرب للشرق . فالانتاج الضخم الذى حققه استخدام الآلة وجه الدول الكبرى وجهة العمل بكل الوسائل للترويج لصناعاتها فى الأسواق الخارجية وبخاصة فى الدول المتخلفة . وفى سبيل السيطرة على هذه الأسواق تقوم بدعاية جبارة للصناعة التى تبغى تصريفها فيها ليقبل عليها أكبر عدد ممكن من المستهلكين الى جانب الضغط على الحكومة التابعة لتحول دون استيراد البضائع المنافسة من الدول الأخرى . بل اننا وجدنا أن الدول التجارية الكبرى فى التاريخ تحولت الى دول استعمارية وأن مفتاح تاريخ الشرق الأدنى فى العصور الوسطى لم يكن يعدو مسألة نضال بين المدن(١) الايطالية على السيطرة التجارية فى البحر الأبيض المتوسط .

والحقيقة أن الدعاية التجارية هى أساس الدعاية السياسية ، ذلك أن الوسائل التجارية التى اتبعت مثل الاغراق أدت فى كثير من الأحيان الى الاستعمار ومن ثم أدى كل هذا الى الحروب سواء بين الدول الكبرى التى ما زالت تعتقد أن لها الحق فى حكم الدول الصغرى أو أن كلا منها تعتقد اذ تحارب الأخرى أنها على صواب(٢) .

---

(١) المرجع : كتاب « تاريخ أوروبا (العصور الوسطى) » تاليف : هـ. آ. ل. فشر ، نقله الى العربية محمد مصطفى زيادة ، والسيد الباز العرينى ــ الطبعة الثالثة ص ٢٠٨ القاهرة عام ١٩٥٧ .

(٢) المرجع : كتاب « شعر الحرب » المؤلف : الدكتور على الجندى ــ الجزء الاول مقدمة عام ١٩٥٨ .

الاغراق وآثاره الاقتصادية والسياسية فى الميدان الدولى :

من وسائل الدعاية التجارية اتباع سياسة الاغراق. ولأهمية هذا الموضوع من الناحية الدعائية يلزم شرحه شرحا وافيا .

تعريف الاغراق :

كلمة « الاغراق » - كغيرها من المصطلحات الاقتصادية والسياسية - قد تستعمل فى معان متعددة تختلف من حيث الأهداف والآثار والنطاق الاقتصادى والسياسى لعملية الاغراق . ويمكننا تحديد أربعة مفاهيم للاغراق على النحو التالى :

أولا - بيع السلعة بثمن منخفض جدا بحيث يحقق المنتج خسارة ، وقد يحدث هذا فى حالات تكدس البضائع لدى المنتجين واحتمال عدم تصريفها مما يدفع المنتج الى التخلص من السلعة بأى ثمن حتى يجعل نطاق خسارته فى أضيق الحدود الممكنة .

ثانيا - بيع كميات من السلع بأسعار دون الأسعار التى كانت سائدة ومألوفة على سبيل الاغراق للمستهلكين كما يحدث كثيرا فى حالات التصفيات و « الأوكازيونات » .

ثالثا - البيع بأثمان منخفضة عن السعر السائد فى السوق بغرض القضاء على المنافسين .

رابعا : البيع فى السوق بثمن أقل من الثمن السائد فى سوق أخرى . وفى ميدان التجارة الدولية يعنى « الاغراق » عادة بيع سلعة فى السوق الأجنبية بثمن أقل من الثمن السائد فى السوق الوطنية . وقد يحدث فى أحوال نادرة أن يكون الاغراق عكسيا بمعنى أن تباع السلع فى السوق الوطنية بسعر دون ذلك الذى يفرض على المستورد الأجنبى .

والنوع الأخير من « الاغراق » هو الجدير بالبحث فى ميدان العلاقات الاقتصادية والسياسية الدولية ، وهو ليس بالأسلوب المستحدث بل ان كثيرا من الشركات الاحتكارية الدولية بدأت فى اتباع سياسة الاغراق منذ عام ١٨٩٠ ومنها فى الولايات المتحدة شركة الصلب الأمريكية وشركة المحاصيل الدولية

وشركة ستاندارد أويل ، كما اشتهر بسياسة الاغراق كذلك عدد من الشركات الفرنسية والكندية والبلجيكية قبيل قيام الحرب العالمية الأولى ، فى بلاد غير بلادهم • ومما ساعد على ذلك ، العوامل الجغرافية المختلفة التى تحكمت فى التاريخ مثل توزيع الحرارة والرطوبة(١) • وفى الفترة الواقعة بين الحربين العالميتين كان الاغراق يتخذ صبغة تخطيطية حيث كانت الحكومات تشترك فى تحقيق سياسة الاغراق بطريق مباشر أو غير مباشر — كاعانات التصدير والانتاج بشتى أنواعها — هادفة من ذلك الى تحقيق أغراض سياسية واقتصادية • ومن الدول التى اشتهرت بالاغراق فى تلك الفترة ألمانيا النازية ، وايطاليا الفاشستية ، واليابان ، والاتحاد السوفييتى ، مما دعا عددا من الدول الغربية الى اتخاذ تدابير واصدار تشريعات مضادة للاغراق ساعدت كلها على تضييق نطاق التبادل التجارى بين الدول وأضافت الى أسباب التوتر التى كانت قائمة وقتئذ كما كانت سببا فى بدء مرحلة لتوسيع نطاق التدخل الحكومى فى التجارة الدولية بدت آثارها فى قيود الاستيراد ونظم الحصص والتعريفات الجمركية الحامية ومراقبة النقد وغيرها •

أنواع الاغراق وآثاره الاقتصادية :

الاغراق(٢) — كنوع من التمييز السعرى خارج الحدود القومية — يتخذ شكلا من الأشكال الآتية التى تختلف من حيث الأهداف والآثار •

أولا — الاغراق البرىء — وهو الاغراق غير المتعمد الذى يحدث عندما تنخفض التكاليف خلال مرحلة من مراحل الانتاج — كأن يهبط فجأة ثمن المواد الأولية أو تبتكر طريقة لخفض تكاليف التصنيع أو تلغى الضرائب على الانتاج أو ضريبة جمركية فى الدولة المستوردة •

ثانيا — الاغراق المتناثر — وهو الاغراق غير المنظم الذى لا يجعل من هدفه سوقا معينة أو أسواقا محددة لترويج سلع معينة وانما يتم بدافع الظروف الطارئة المؤقتة — مثل الرغبة فى التخلص من فائض متراكم من السلع أو المحاصيل •

ثالثا : الاغراق قصير الأمد — وهو ذلك الذى يهدف الى تحقيق غرض معين فى الأمد القصير وينتهى بتحقيق هذا الهدف مفسحا المجال بعد ذلك لسياسة أخرى •

---

(١) كتاب « الجغرافيا والسيادة العالمية » تأليف : جيمس فيرجريف — المترجم على رفاعة الأنصارى — ص ١٥ — القاهرة عام ١٩٥٦ •

(٢) كتاب « العلاقات الاقتصادية الدولية » تأليف : الدكتور محمد لبيب شقير ص ٤٠١ ؟ عام ١٩٥٦ •

رابعا — الاغراق طويل الأمد — وهو الاغراق المتواصل الذى يستند الى أوضاع اقتصادية معينة قوامها التنظيم طويل الأمد — مثل الاستفادة من وفورات الانتاج الكبير فى صناعة معينة بشرط ضمان تسويق المنتجات خارجيا ·

وتفسير(١) ذلك أن التجارة الخارجية كلها انما تقوم على اختلاف تكاليف الانتاج واختلاف الأثمان بين بعض البلاد المتميزة فى انتاج بعض السلع والبلاد الأخرى غير المتميزة فى ذلك ·

خامسا — الاغراق الاستغلالى — وهو الأسلوب الانتهازى الذى يتعمد الحاق الضرر بالدولة المستوردة أو اقتناص سوقها وعملتها أو التأثير عليها سياسيا واقتصاديا ·

ويتضح من هذا التقسيم أن الاغراق قد يكون مدفوعا ببواعث مختلفة ، كما أن آثاره قد تختلف باختلاف أمده وبنوع السلع موضع الاغراق وباختلاف الأوضاع الاقتصادية فى الدولة المستوردة ولا يمكن الجزم بأن سياسة الاغراق قد تنجح فى جميع الظروف أو بصورة عامة بالنسبة لكل الدول أو لكل أنواع السلع ·

ويرى البعض من دعاة حرية(٢) التجارة أن الحماية الجمركية تقيم سدودا فى وجه المنافسة الدولية وبذلك يمهد الجو لقيام الاحتكارات التى تضر بالمجتمع وقد يلجأ المحتكر الى سياسة الاغراق ·

وفى رأى ماركس Marx أن العامل الأساسى فى التاريخ(٣) هو فى كل زمان العامل الاقتصادى — طريقة الانتاج والتوزيع ، تقسيم الثروة واستهلاكها ، علاقة صاحب العمل بالعامل وحرب الطبقات بين الأغنياء والفقراء — فهذه الأمور تحدد على مر الزمن كل مظهر آخر للحياة ، سواء أكان مظهرا دينيا أم خلقيا أم فلسفيا أم علميا أم أدبيا أم فنيا · أى أن مجموع علاقات الانتاج تكون البناء الاقتصادى للمجتمع وهذا البناء هو الأساس الحقيقى الذى يقوم عليه البنيان القانونى والسياسى ، وتقابله الصور المحدودة للوعى الاجتماعى ·

---

(١) المرجع : كتاب « وسائل التنمية الاقتصادية » تاليف : نورمان بوكانان Norman Buchanan وهوارد اليس Howard Ellis ، ترجمة محمود فتحى عمر — الكتاب الاول ، صفحة ٣٦٨ — القاهرة عام ١٩٥٨ ·

(٢) المرجع « مقدمة فى التطور الاقتصادى فى العالم » تاليف : دكتور جمال الدين محمد سعيد — ص ٢٢١ — القاهرة عام ١٩٥٨ ·

(٣) المرجع « مباهج الفلسفة » الكتاب الثانى ، المؤلف : وال يورانت — ترجمة الدكتور احمد فؤاد الأهوانى — ص ٣٥ عام ١٩٥٦

وأخيرا استعمل اصطلاح « الاغراق الروسى » للدلالة على السياسة التى انتهجتها روسيا بعد قيام النظام الاشتراكى فيها والتى من مقتضاها بيع بعض السلع للبلاد الرأسمالية بأثمان أقل من تكلفة الانتاج فى روسيا أو من ثمن البيع فى الداخل ٠

والواقع أنه يصعب القول ان كان هناك اغراق أم لا وذلك لأن جهاز الثمن لا دور له فى روسيا ، كما يلاحظ أن هذه السياسة تقبل جزءا من الاستراتيجية الروسية التى من مقتضاها زعزعة وتقويض فروع الانتاج المختلفة فى البلاد الرأسمالية وهذه دعاية سياسية للنظام السوفيتى ٠

ولقد أعان تقسيم أوروبا أيضا بواسطة الاتحاد السوفييتى(١) على تغير الاتجاه الكلى للاقتصاد الأوروبى ٠

وسائل تشجيع الاغراق وسياسة الدعاية التجارية :

كثيرا ما كانت الدول تلجأ الى تشجيع صناعات التصدير عن طريق مساعدتها بالطرق المباشرة حتى تمكنها من كسب الأسواق الأجنبية ٠

وغالبا ما كانت المعونة الاقتصادية تعطى للمنتج المحلى تشجيعا لقيام صناعات قومية تقلل من الاعتماد على المنتج الاجنبى وكوسيلة للحصول على عملة أجنبية مقابل الصادرات ، وليس هذا بأسلوب مستحدث ، فقد لجأت اليه بعض الدول منذ القرن السابع عشر ٠

مكافحة الاغراق :

بعد انتشار سياسة الاغراق بفترة من الزمن بدأت معظم الدول فى اصدار تشريعات مضادة للاغراق ٠ وقد صادف ذلك فى معظم الدول قبولا من جانب المنتجين المحليين ومن جانب رجال السياسة المؤيدين لفكرة حماية الصناعات القومية بغض النظر عن ارتفاع تكاليفها النسبية ٠ وقد اشتدت موجة مقاومة الاغراق فى الفترة الواقعة بين الحربين حين صدرت تشريعات هامة فى هذا الصدد فى الولايات المتحدة عام ١٩٢١ وتلتها بريطانيا بتشريعات لحماية سوق دول الكومنولث من سياسة الاغراق التى اتبعتها اليابان ، بل ان الأمر زاد عن ذلك

---

(١) المرجع « تاريخ العالم » من ١٩١٤ ـ ١٩٥٠ تاليف : دافيد تومسن David Thomson ترجمة : حسين كامل ابو الليف ـ ص ٢٨٦ ـ القاهرة عام ١٩٥٦ ٠

فأصبحت اجراءات الحظر والحماية تطبق أحيانا بدرجة متطرفة لمجرد التشكك فى احتمال الاغراق أو لمجرد شكوى المنتجين المحليين ومطالبتهم بالحماية ·

الاغراق النقدى :

يطلق هـذا التعبير تجـاوزا على سياسة خفض قيمـة العملة الوطنيـة بالنسبة للعملات الأجنبية · فانخفاض قيمة العملة الوطنية ما دام لم يصـحبه ارتفاع فى الأسـعار المحلية يشـجع الدول الأجنبية على الشراء فتكثر بذلك الصادرات وفى الوقت نفسه تقل الواردات اذ تصبح أثمانها مرتفعة بالنسبة للعملة الوطنية . وقد وجدت بعض الدول أن هذا الأسلوب أكثر فائدة فى تنشيط الصادرات والحد من الواردات الأجنبية ويمتاز عن سياسة التعريفات(١) الجمركية فى أن الأخيرة تحد من استيراد سلع معينة وقـد تختلف التعريفة ما بين سـلعة وأخرى · أما خفض العملة فهو لتنشيط الصـادرات عموما وقـد يتناسب مع مقدار الانخفاض فى قيمة العملة الوطنية بالنسبة للعملات الأجنبية · ويمكننا اعتبار هذه السياسة بمثابة اعانة للتصدير وحماية غير مباشرة لما لها من أثر على تنشيط الاستيراد(٢) ·

وقد تلجأ الدول أحيانا الى سياسة العملة المخفضة ـبقا لاتفاقيات مع دول أجنبية معينة أو بالنسبة للسائح الأجنبى بصفة عامة · وقد كثرت فى السنين الاخيرة أمثلة « العملة السياسية » بمعنى أن العملة الوطنية تصرف مقابل العملة الأجنبية التى يجلبها السائح بسعر أقل من قيمتها الفعلية ، وقد اتبعت ألمانيا سياسة المارك المخفض فى الفترة الواقعة بين الحربين العالميتين ردا على سياسة المقاطعة التى اتبعتها الدول الغربية ازاءها · وكانت ألمانيا تبيع المارك المخفض لبعض دول جنوب شرقى أوروبا بخصم يتراوح بين ٢٠٪ و ٣٠٪ فنجحت فى تشجيع صادراتها لتلك الدول مقابل استيراد خامات حيوية منها ، بالاضافة الى

---

(١) المرجع « الجماعة الدولية » المؤلف : روبكيه ـ جزء أول صفحة ٨١ جنيف عام ١٩٤٧ ·

(٢) تحليل : نجد فى كثير من الأحيان ان سياسة التعريفات الجمركية تؤدى الى الحروب · وهناك فى التاريخ مثل واضح لذلك هو ما طلبه نابليون من قيصر روسيا عام ١٨١٠ م بأن يمنع سفر السفن الانجليزية الراسية فى المياه الروسية ولكن القيصر رد بالرفض وفرض ضرائب جمركية باهظة على الصادرات الفرنسية الى روسيا · وقال المؤرخون ان فرض الضرائب الجمركية هذا يعد سببا قويا للحرب فى ذلك الوقت ·

المرجع كتاب : نابليون Napoleon تاليف : هربرت فيشر Fisher ترجمة مصطفى زيادة ومحمد نوفل ـ ص ٢٢١ ـ عام ١٩٥٢ ·

ما كسبته من دعاية سياسية واقتصادية فى تلك الدول • وكانت هذه السياسة تسمى بأسلوب « المارك المجمد » اذ كانت ألمانيا تدفع قيمة وارداتها من تلك الدول بالمارك المخفض غير القابل للتحويل لشراء سلع ومنتجات من ألمانيا • وبهذه الطريقة تمكنت ألمانيا من الحصول على كميات هائلة من القمح البلغارى والحاصلات الزراعية الأخرى واللحوم وبعض المواد الأولية اللازمة للانتاج الحربى• ومقابل ذلك كانت ألمانيا تبيع للدول كميات هائلة من سلع رخيصة كالاسبرين والساعات والآلات الموسيقية الصغيرة وآلات التصوير وكل أنواع المنتجات الرخيصة غير اللازمة للتعبئة الحربية التى كانت تقوم بها ألمانيا •

كذلك كانت ألمانيا تبيع « المارك السياسى » للأجانب بحوالى ٤٠٪ من قيمته الفعلية وبذا اجتذبت آلاف السياح ومعهم ملايين من العملات الأجنبية بالاضافة الى المزية الدعائية التى كانت تحققها ألمانيا من زيارة السياح الأجانب وما كانوا يتعرضون له تلقائيا من دعاية مستترة ومدبرة• وقد لجأت ايطاليا كذلك الى نفس الأسلوب وحققت مزايا مادية ودعائية لا يستهان بها وبخاصة فى الوقت الذى كانت فيه هدفا للمقاطعة الاقتصادية والأدبية من جانب الدول الغربية (بعد حربها ضد الحبشة) • وتجدر الاشارة هنا الى أن أساليب سياسة ألمانيا فى الضغط على دول البلقان ـ هذه السياسة التى مكنتها من التأثير الاقتصادى والسياسى على تلك الدول ـ جاءت محكمة التوقيت والمكان ، فدول البلقان وجنوب شرقى أوروبا كانت غالبيتها منتجة لمواد أولية وحاصلات زراعية ، وكان من آثار الأزمة العالمية الكبرى أن انخفضت الأسعار العالمية لتلك المنتجات بالاضافة الى أن موجة الكساد أضعفت القدرة الاستيرادية لكثير من الدول، وحدث هذا فى الوقت الذى كانت ألمانيا فيه تظهر استعدادا وترحيبا لاستيراد ما يمكنها الحصول عليه من المواد الأولية والغذائية (كما كانت تقوم بتكديس ما يزيد عن طاقتها الفعلية) ، علاوة على أن السوق الألمانية كانت بالنسبة للمصدر الأجنبى « سوقا جذابة » لها قدرة شرائية قوامها ٧٠ مليون مستهلك •

الخاتمة :

يمكننا أن نقسم الآثار الدعائية للاغراق التجارى على النحو التالى :

أولا ـ آثار ايجابية بالنسبة للدول المصدرة •

ثانيا ـ آثار هادمة لدولة غير صديقة ، أو هادمة فى سبيل تحقيق مصلحة الاقتصاد القومى •

ثالثا ـ احتمالات دعائية غير مباشرة ٠

رابعا ـ أحتمالات سيكولوجية فى الدول المستوردة ٠

أولا ـ لا شك أن اغراق سوق أجنبية بسلع رخيصة انما يتضمن دعاية كبيرة بين صفوف المستهلكين فى الدول المستوردة ، فهو فى حد ذاته اعلان عن سلامة وقوة التنظيم الاقتصادى فى الدولة المصدرة (وبخاصة أن الغالبية من المستهلكين لا تدرى حقيقة الأمر أو مدى مساعدة الحكومة المصدرة واعاناتها للسلع موضع الاغراق) ٠ فسرعان ما تكسب الدولة المصدرة عطف المستهلكين فى الدولة المستوردة ، وتكسب ثقتهم وربما تكسب حملة اعلانية غير متعمدة (فالرخص والجودة معا هما خير اعلان للرجل العادى) ، وفى الأمد الطويل تكسب الدولة المصدرة سوقا جديدة تدعم امكاناتها التصديرية ٠ أضف الى ذلك أن التخلص من الفائض فى حد ذاته يعتبر كسبا للاقتصاد القومى ، كما أن التمتع بوفر الانتاج الكبير اذا ضمنا تصريف المنتجات خارجيا يعتبر تدعيما لمستوى العمالة ومستوى الدخل القومى ، وهنا يكون الكسب الدعائى داخليا للحكومة القائمة وخارجيا بالنسبة للدول الأجنبية ٠

ثانيا ـ قد يهدف الاغراق الى تحقيق كسب للاقتصاد القومى وذلك عن طريق الاستفادة محليا بوفر الانتاج الكبير ومحاولة هدم الصناعات المنافسة فى دول مستوردة أو دول غير صديقة ، كما أنه قد يهدف الى هدم منافسة دولة معادية فى سوق للدولة المستوردة ٠ وواضح أنه من السهل اقناع المستهلك فى الدولة المستوردة بأنه كان واقعا تحت سيطرة « الدولة المعادية » وأن فى امكانه أن يصبح عميلا « للدولة الصديقة » التى تبيعه سلعا أرخص وأجود وتخلصه من تبعيته الاقتصادية «للدولة المعادية» ٠ ويلاحظ أننا نستعمل كلمة معادية وصديقة هنا بمعناها النسبى ٠ كذلك قد يكون الاغراق وسيلة للوصول الى مركز التحكم فى اقتصاديات الدولة المستوردة اذا ما كان من شأنه القضاء على الصناعات المنافسة أو الحيلولة دون قيامها ٠ وها نحن نجد ماركس Marx يقول ان تصدير رأس المال من الدول الاستعمارية الى الدول المتخلفة يتخذ فى معظمه شكل المعدات الرأسمالية أو السلع الاستهلاكية التى يمكن بموجبها شراء خدمات العمل[1] ٠

---

(١) المرجع : « عشرة من ائمة الاقتصاد » تاليف : جوزيف ا٠ شومبيتر Joseph Schumpeter ترجمة دكتور حسين عمر صفحة ٩٨ ـ القاهرة عام ١٩٥٧ ٠

ثالثا ــ ان استمرار الاغراق قد يؤدى الى اتباع الدول المستوردة لسياسة مضادة للاغراق ، وهنا تنشـأ حرب اقتصادية باردة تفتح المجالات لاحتمالات دعائية فى مجالات كثيرة · فالمستهلك العادى يهمه أولا الحصول على سلع رخيصة ، فهو صديق طبيعى لسلع الاغراق ، ويندر أن يكون بعيد النظر الى الدرجة التى يسهل معها اقناعه بأن الاغراق فى سوقه القومية هدم للاقتصاد القومى أو عائق لاقامة صناعات قومية · فهذا المستهلك لا يقتنع عادة الا بالواقع الملموس ولا يقتنع بفكرة حماية صناعة محلية ذات أثمان عالية نسبيا ما دام يدفع سعرا أقل لنفس السلع الأجنبية أى لما هو أجود من السلع المحلية ·

(١)

الدعاية التجارية الانجليزية والاستعمار الانجليزى

ان تاريخ الاستعمار الانجليزى يؤكد أن انجلترا كانت قبل أن تقدم على استعمار دولة ما ، تثبت أقدامها عن طريق شركاتها التجارية ٠ فعلت ذلك فى الهند ، وفعلته فى كثير من البلاد التى استعمرتها أو احتلتها ٠ وفى رأينا أن انجلترا استخدمت الدعاية التجارية من أجل الاستعمار ٠ وهذا المبدأ الهام لسياسة بريطانيا العظمى منذ سبعة قرون استقته من تعاليم ميكيافيللى العلامة الايطالى ونديم دوق أوربينو فى ايطاليا ، هذا فى الزمن الذى كانت كل مدينة من مدن ايطاليا تمثل دولة لها حاشية وملك ٠ وقد قال ميكيافيللى انه يتعين فصل أخلاق الأمم عن أخلاق الأفراد ـ قال ذلك تملقا لولى نعمته ـ فالفرد يطيع نواميس الهيئة وزمنية لمعاملة غيره وذويه ٠ أما الشعوب كوحدة وشخصية اعتبارية مستقلة فلا تسير هذا السير لان الدول فى معالجة شئونها العامة لا تخطىء أبدا ولا أخلاق لها والرائد الأكبر والفيصل الأخير لأعمال السيادة يتحصل فى صالح الدولة لا غير ٠ وقد رأى بعض الأقدمين هذا الرأى وسار البعض بهذه الخطة كمظهر من مظاهر الحنكة والدهاء ولكن لم يجرؤ أحد بالجهر بها صراحة ٠ غير أن هذا المبدأ أثار نقاشا علميا ودينيا بالغ الحدة فنشطت أقلام رجال الكنيسة وحرمت من حرمت واقتربت المقصلة من عنق صاحب البدعة ٠ غير أن الفكر لا يتصور شنقه ، فذهب المذهب واتبعه رجال البحرية فى صورة قرصنة كما اتبعته الدول الخارجية فى شكل بنوك ومصارف واتبعته وزارة المستعمرات فى شكل مستشفيات وارساليات٠ وبدأت منذ ذلك الحين البعيد سلسلة الفتوحات التوسعية فى شتى أنحاء المعمورة ٠ وما من زمن الا وجعلت بريطانيا من أفكار العلامة اللاتينى دعامة تفكيرها السياسى وأساس معاملتها مع الدول وفصلت الأخلاق عن السياسة وبالفعل أخرجتها من هذا المضمار وان احتفظت بها فى حظيرة جزرها وطبقت تعاليم « ميكيافيللى » أدق وأوسع تطبيق(١) ٠

ونحن اذ نتحدث عن الدعاية التجارية الانجليزية من أجل الاستعمار يلزم أن نحدد معنى الاستعمار حتى يكون بحثنا وافيا كاملا ٠

---

(١) المرجع : كتاب « المؤتمر الثالث لاتحاد المحامين العرب » طبع باشراف نقابة المحامين بدمشق ـ دمشق ـ ص ٤٦٣ ، ٤٦٤ ـ عام ١٩٥٧ ٠

فقد تعددت العبارات التى يعرف بها الاستعمار ، ولكن مهما اختلفت الآراء فى تعريفه . فانه فى شكله السياسى الحديث يتمثل فى استيلاء دولة ما على قطر من الأقطار والعمل على استثمار موارده المختلفة بأيدى مهاجرين يرحلون اليه ، ويستقرون فيه أو بأيدى سكانه الأصليين ، أو بالتعاون باشتراك كلا الفريقين ٠

وقد وضعت تعاريف مختلفة للاستعمار ، فالبعض يسميه التسلط ، وليس الاستعمار ، لأن اللفظ لا يدل على المعنى ٠٠ وهناك تعريف للاستعمار بأنه عمل جماعة انسانية سياسية قوية على تسخير جماعات أخرى لخدمتها بشتى الوسائل لتستأثر بثمرات انتاجها وتوجه الأولى الثانية توجيها يزيد من سلطان هذه ومن قوتها وثروتها وتعمل جاهدة على الابقاء على مصدر كسبها واستقرار الوضع الاستعمارى لصالحها ـ ويعنى مصطلح «المستعمرات» حرفيا الأراضى المستصلحة(١) ولذلك فانه من الافضل تسمية الاستعمار بكلمة الاستخراب ٠

ويصف البعض «الاستعمار» بأنه ميل الدول الى التوسع الخارجى واكتساب مناطق نفوذ تسيطر عليها صراحة أو ضمنا سيطرة سياسية واقتصادية واجتماعية(٢) ٠

ولقد ظلت انجلترا مسيطرة على أسواق الشرق عشرات السنين حين لم يكن الوعى مستنيرا وحين خبت الروح القومية التى تنادى بالتحرر ، وحين لم يكن لها منافس خطير يهدد نفوذها ٠ وظلت بريطانيا على هذا الوضع حتى الحرب العالمية الثانية ، أو قبلها بقليل حيث قويت الحركات الوطنية وبدأ العصيان والتمرد والثورة ، مما أدى الى تقلص نفوذها السياسى والاقتصادى ٠

---

(١) المرجع : كتاب « أصول العلاقات السياسية الدولية » للدكتور احمد سويلم العمرى . الطبعة الثالثة ـ ص ٦٩١ ـ القاهرة عام ١٩٥٩ ٠

(٢) يستعمل تعبير الاستعمار ترجمة للفظ Imperialism وان يكن اقرب الى تأدية عبارة Colonialism والمقصود بالاخيرة هو علاقة بين دولة واقطار خاضعة لها يكون الغرض منها حصول المستعمر على منافع احتكارية سواء بالتجارة او باستثمار رؤوس الاموال ٠

«Political Economy and Capitalism» by M. Gobb Page 7, 1946

(٢)

الدعاية التجارية الألمانية

لا شك أن ألمانيا كانت فى طليعة الدول الكبرى التى أفادت خير فائدة من وسائل الدعاية لصناعاتها وتجارتها ، وذلك بغزوها الأسواق على الرغم من القيود الشديدة والعقبات الكثيرة التى وضعت فى طريقها ، وقد غزت هذه الأسواق عن طريق جودة منتجاتها ، وعن طريق رخص أسعارها ، وتضحياتها العظيمة •• هذا الى ما كانت تتمتع به من عطف الدول الصغرى نتيجة التعسف الذى تلاقيه من الدول الاستعمارية الاخرى •

ولقد تأثرت تجارة ألمانيا بعد هزيمتها فى الحرب العالمية الأولى ولكنها أخذت تسترد مكانتها الصناعية فى العهد الهتلرى ، هذا العهد الذى بدأت فيه ألمانيا تتحرر من قيود معاهدة فرساى الثقيلة وبالتالى أخذت تطالب وتجار بالشكوى من ضيق مجالها الحيوى(١) ومحاربة انجلترا لها محاربة شديدة فى رزقها •

وفى الوقت نفسه أخذت ألمانيا تعطف على القوميات التى تطالب بالتحرر من الاستعمار ، وهذا العطف فتح لها مجالا ، بل مجالات فى أفريقيا وفى آسيا وفى أوروبا نفسها ؛ فاستطاعت ألمانيا أن تأتلف مع الامبراطورية العثمانية وأن تأخذ فى استغلال آسيا الصغرى وثروتها البكر • وكانت قد استطاعت كذلك أن تنفذ الى الشرق الأوسط ، وأن تستثمر أموالها فيه الى ما قبل الحرب العالمية الأولى وخاصة فى آسيا الصغرى ، ونذكر مشروعها فى مد الخط الحديدى : برلين ــ بغداد ومد خط فرعى الى الاسكندرية • ثم استردت بعض هذه الأسواق فى العهد النازى ، كما ذكرنا من قبل •

ومما جعل ألمانيا تتفوق صناعيا وتجاريا وتقوم بدعاية تجارية ، ان عدد سكانها قد ازداد فى غضون قرن حتى بلغ قبيل الحرب الكبرى ٧١ مليون نسمة ، يعملون فى نشاط للتفوق الصناعى •

وقد قامت ألمانيا بدعاية تجارية قوية فى جميع أنحاء العالم لهذه الصناعة واشتهر علماء ألمانيا بتفوقهم فى استخدام العلوم الكيميائية كما قامت ألمانيا بدعاية قوية فى العالم أجمع لترويج الأدوية والأصباغ والأسمدة الألمانية بل لقد كان من شأن تمكن ألمانيا فى الصناعة أن امتدت منافستها لمنتجات الدول الأخرى فيما وراء البحار •

---

(١) المسمى «Lebens - Raum» وهو لفظ ألمانى دخل الى أغلب اللغات الحية •

(٣)

الدعاية التجارية السوفييتية

ظلت روسيا دولة آسيوية عبر القرون الوسطى حتى هيىء لها أن تأخذ بأسباب المدنية الغربية وأن تطور مجتمعها وأن تجعل منه مجتمعا صناعيا فى عهد بطرس الأكبر عندما اتجهت الى انتاج الصناعات الثقيلة ومحاولة الوقوف فى مصاف الدول الصناعية الا أنها على الرغم من هذا الجهد الذى بذلته ظلت تنتج انتاجا ضئيلا بالنسبة لكثافة سكانها ، ففى القرن السابع عشر انتجت ١٦ر٠٠٠ طن من الحديد بينما انتجت بريطانيا ١٨ر٠٠٠ طن ٠

وقد واجهت روسيا حربا متصلة ضد[١] أطماعها سواء فى آسيا أو فى أفريقيا أو أوروبا وكانت الحرب فى أوروبا من انجلترا وفرنسا وألمانيا ، وفى آسيا من انجلترا والدولة العثمانية واليابان أخيرا ، وفى أفريقيا من فرنسا وانجلترا ٠

وقد حوربت روسيا من فرنسا فى عهد نابليون وحوربت من اليابان سنة ١٩٠٥ م وحوربت من ألمانيا أخيرا فى الحرب العالمية الثانية ٠

وبعد قيام الثورة البلشفية فى سنة ١٩١٧ م ظلت وراء ستار حديدى لا تتصل بالعالم الخارجي الا بقدر وفرضت عليها الدول الكبرى حصارا شديدا حتى لا تتسرب مبادؤها الخطيرة الى العالم الخارجى ٠

وظلت كذلك حتى الحرب العالمية الثانية حين تحالفت مع انجلترا والولايات المتحدة بعد عدوان ألمانيا الهتلرية عليها ، وهنا خرجت من عزلتها ٠

---

(١) كانت الحرب الروسية ـ التركية عام ١٨٧٨ هى التى حالت بين روسيا وبين تحقيق اطماعها فى الحصول على مرفأ « القسطنطينية » كما ادت الى تحويل اتجاهها فى التوسع نحو المياه الدافئة فى المحيط الهادى ٠

المرجع : مقدمة فى التطور الاقتصادى فى العالم ، تاليف : الدكتور جمال الدين محمد سعيد طبعة اولى صفحة ٣٤ عام ١٩٥٨ ٠

وقد حاربت روسيا السوفييتية الحصار المضروب عليها بمبدأ المعايشة السليمة الذى قال به « لينين » ومؤداه المعايشة التى تهدف الى التعامل مع دولة أو منطقة بعينها فى زمن محدود ، فمثلا تتعامل مع ايران فترة محدودة حتى تجعلها تقف على الأقل موقف الحياد أو تتعامل مع منطقة الشرق الأوسط فى وقت ثارت فيه اضطرابات كما حدث أخيرا • كما حاربت روسيا هذا الحصار أيضا بحركة اغراق واسعة النطاق حين غمرت أسواق العالم بمنتجاتها ـ وذلك حوالى سنة ١٩٣٠ ـ بأسعار أقل من الأسعار المحلية(١) •

ولا شك فى أن أية دعاية تجارية لن تؤتى ثمارها الا اذا وجدت أرضا مفتوحة • وقد عانت روسيا من اغلاق أسواق الدول أمامها بحجة خطر مبادئها الشيوعية • وما ان علت أصوات السلام وعدم الانحياز فى مناطق مختلفة من العالم وحوربت سياسة الأحلاف من بعض الدول وأعرضت الدول الغربية عن التعاون مع هذه الدول المحايدة حتى وجدت روسيا الجو مهيأ لأن تدفع بتجارتها والدعاية لها فى هذا الجو المناسب •

واستطاعت روسيا أن تطبق مبدأ التعايش السلمى وأن تقيم المعارض المختلفة وأن تعطى الشعوب فكرة صحيحة عن صناعاتها • وفى الوقت ذاته أخذت تقرضها قروضا لآجال طويلة وبفائدة بسيطة لا تكاد تذكر بدون أى قيود سياسية أو اقتصادية •

---

(١) المرجع : « الاقتصاد السياسى » للدكتور زكى عبد المتعال ، جزء ٢ ـ طبعة أولى صفحة ٢٠ عام ١٩٣٨ •

(٤)

الدعاية التجارية الأمريكية

بعد أن تحررت الولايات المتحدة وانتصرت قواتها على القوات الانجليزية أخذت تعمل على اتحاد الشمال والجنوب واستقرار الحكم فيها ثم الى مد نفوذها الى كل دول القارتين الأمريكيتين بمقتضى مبدأ « مونرو »(١) الصادر فى سنة ١٩٣٢ ، هذا المبدأ القائم على أن أمريكا للأمريكيين ومنع أوروبا من الاستيلاء على مناطق جديدة فى نصف الكرة الغربى ٠ فأيدت الحركات التحررية فى الأمريكتين ـ فنزويلا وكوبا ـ حتى يخلو لها الجو وتستطيع توظيف أو استثمار أموالها وتصريف سلعها فى هذه البلاد ٠ وأيدتها فى سياستها هذه انجلترا حيث وجدت أن مصلحتها تتفق ومصلحة الأمريكيين ٠ وقد دانت الولايات المتحدة بهذا المبدأ وابتعدت عن التدخل فى أوروبا الى أن قامت الحرب العالمية الأولى فامتنعت عن الدخول فيها أول الأمر ، ثم وجدت ألا مناص من دخولها حتى تستطيع الابقاء على مصالحها فى القارات الأخرى وحتى لا تقوى ألمانيا فتحاول فيما بعد تحطيم قوة الولايات المتحدة ٠ على أنها امتنعت عن التوقيع على معاهدة فرساى تمسكا بمبدأ مونرو ثم تحولت هذه العزلة الى مشاركة مع دول العالم سواء فى عصبة الأمم أو فى الأمم المتحدة وبخاصة بعد أن أصبح العالم متشابك المصالح وفى حاجة قوية الى التعاون والتساند لخير البشرية ٠

وقد عمدت الولايات المتحدة أخيرا بعد الحرب العالمية الثانية الى مساعدة الدول التى أضرت بها الحرب أو المتخلفة ، وأعدت لذلك بعض المشروعات منها « مشروع مارشال » و « مشروع النقطة الرابعة » ٠ وكان الغرض الظاهرى الذى تستهدفه أمريكا من « مشروع مارشال » هو مساعدة أوروبا اقتصاديا بشرط أن تقرر الدول التى تتلقى العون أن تتعاون فيما بينها ٠

---

(١) المرجع : كتاب « تاريخ الولايات المتحدة » المؤلف : آلان نيفينز Allan Nevins وهنرى ستيل كوماجر Henry Steele Commager – المترجم اميل خليل بيدس ٠ صفحة ٥٣ عام ١٥٩٦ ٠

كما كان الغرض الظاهرى من « مشروع النقطة الرابعة » هو رفع المستوى الاقتصادى فى الدول المتخلفة . وهذه المشروعات هى من باب الدعاية التجارية للولايات المتحدة اذ أنها محاولات لتأليف الشعوب حول سياستها ودعاية لمنتجاتها وللتدليل على مبلغ قوتها ... لهذا فان الشعوب أيقنت أن هذه المشروعات انما تمثل سياسة استعمارية .

وتبرر الولايات المتحدة مشروعاتها دائما بأنها لدفع الخطر الشيوعى ، هذا الخطر الذى تحيطه بجو من البشاعة حتى تنصرف الدول عن المعونة السوفييتية وتقبل على مشروعاتها .

(٥)

الدعاية التجارية اليابانية

بعد الحرب اليابانية ـ الروسية وانتصار اليابان على الدب الروسى أحيطت هذه الدولة بجو من الاكبار والاعجاب وجذبت انتباه العالم منذ ذلك الوقت ، وأخذت اليابان تحاكى المدنية الغربية فى صناعاتها وتقدمها ، مع الاحتفاظ بطابعها الشرقى ومعتقداتها وتقاليدها ٠ ونجحت فى هذا السبيل نجاحا هائلا واستطاعت أن تنافس منافسة خطيرة الدول الغربية لرخص أسعار بضائعها وانتاجها بكميات ضخمة مما هدد الصناعة الغربية ٠ وظلت اليابان مكتسحة الأسواق حتى كانت الحرب العالمية الثانية التى غلبت فيها على أمرها ، واحتلت أمريكا بلادها ولكنها لم تلبث أن أخذت تستعيد مكانتها الدولية فى ميدان الصناعة وهى تسير فى هذا السبيل بخطى واسعة ٠

ومما ساعد اليابان على نهضتها الصناعية وجودها فى آسيا حيث الدول المتخلفة وحيث الأسواق تكاد تكون مفتوحة وحيث التقارب بينها وبين الأجناس التى تسكن هذه القارة ، وحيث ظهر مبدأ « آسيا للآسيويين » ٠

وكان التقدم الصناعى لليابان مستحيلا لولا استيراد السلع الرأسمالية ٠ ويبدو أن طبقة المحاربين الأشداء (الساموراى) قد عرفوا ذلك مبكرا فعملوا على تشجيع المؤسسات الصناعية والتجارية لزيادة صادراتهم كوسيلة لدفع ثمن ما يحتاجون اليه من الواردات . ولم يخالف ذلك الا واحد من الكتاب اليابانيين فقال ان فيض الواردات من البلاد الناهضة هو الذى أرغم اليابان على تحسين صناعاتها المنتجة للسلع الاستهلاكية وذلك لسد حاجة السوق المحلية ، وكان ذلك فى الحقيقة هو القوة الدافعة التى عاونت فى احداث الثورة الصناعية ، ولقد كان تنفيذ السياسة التوسعية للتجارة المتعددة الجوانب سهلا نسبيا فى الوقت الذى كانت فيه حاجة اليابان الى ذلك قد بلغت ذروتها ٠ ولقد زادت حركة تجارة اليابان زيادة ملحوظة فى المدة ما بين ١٨٦٨ و ١٩١٤(١) ٠

---

(١) المرجع : كتاب « وسائل التنمية الاقتصادية » المؤلف : نورمان بوكانان وهوارد اليس ـ المترجم محمود فتحى عمر ـ الكتاب الاول صفحة ٢٦٩ عام ١٩٥٨ ٠

وقد قال بعض كبـار المفكرين ان(١) الحروب لا يمكن أن تتلاشى ويزول شبحها المخيف الا اذا أدخلنا على النظام الاقتصادى تعديلا شاملا فهم يقترحون بدلا من النظام « الرأسمالى » النظام « الاشتراكى » لكن « الاشتراكية » وحدها لا تكفل لنا منع الحروب واستئصالها من جذورها • فقد تؤدى الاشتراكية الى تقوية الأمة اقتصاديا مما يثير مخاوف الأمم الاخرى وينتهى الأمر بالنزول الى ساحة القتال • ولكن ليس معنى هذا أن اصلاح النظام الاقتصادى لا ضرورة له بل هو على النقيض من ذلك أمر من الأمور التى لا غنى عنها •• بل انه يعاون على استتباب الأمن والسلام فى العالم •

* * *

يتضح مما سبق أن الدعاية التجارية ذات أهمية كبرى ، لذلك يجب النظر فى أصل المذهب الذى تعتنقه الدولة من الناحية التجارية وأثره الدعائى والفعلى من حيث اشعال نيران الحرب أو ارساء قواعد الأمن والسلام •

---

(١) المرجع : كتاب « المؤمنون بالانسان » المؤلف : يوسف صبرى الحجاجى ـ القاهرة ـ صفحة ٧٤ عام ١٩٥٧ •

الفصل الثانى عشر

الدعاية فى القانون الدولى

تحدثنا عن بضعة نماذج من الدعاية العالمية ، وما تسلكه من سبل فى بعض دول العالم ، وقد تبين أن الدعاية الدولية أصبحت ذات أثر قـوى فى فعلها ، ومع ذلك لم تخضع هذه الدعاية لأى سـلطات معينـة فى قانون دولى متبلور عبر السنين ٠

والقانون الدولى ليس الا عبارة جامعة لمجموع الاتفاقيات الدولية والتقاليد والمبادىء العامة التى استخدمت منذ القرن السـابع عشر وتعتمد على الموافقـة المشتركة للشعوب ٠

ولكننا فى موضوع الدعاية الدولية نقف عند سؤال محدد هو :

« ما سلطان القانون الدولى فيما يتعلق بالدعاية الدولية ، أو النشـاط الدولى الذى يدور حول الدعاية ؟ » ٠

يتفق معظم المؤلفين فى القانون الدولى على أن الدعاية المعادية جريمة دولية اذا قامت بها الحكومات نفسها ٠

وهناك رأى آخر دعا اليه بعض الباحثين فى القانون الدولى ٠

وخلاصة هذا الرأى « أنه فيما يتصل بحرب الدعاية لا بد من اعتبار الحرب الهجومية جريمة دولية قبل أن نستطيع جعل حرب الدعاية جريمة فى القانون الدولى » ٠

وقبل أن نقطع برأى فى موضوع الدعاية الدولية من وجهة نظر القانون الدولى سواء كانت هذه الدعاية مما يقوم بها الأفراد أو تقوم بها الحكومات لا بد أولا من التعرف على المعاهدات والاتفاقيات الدولية المقيدة للدعاية الدولية ٠

(١) الدعاية الدولية فى ظل عصبة الأمم

لقد نوقشت فى المؤتمر الثالث والعشرين للبرلمانات الذى عقد فى وشنطون وفى أوتاوا فى أكتوبر سنة ١٩٢٥ مشكلة الدعاية الخطرة على السلام · وتم الاتفاق على قرار بادانة نشر الأنباء الكاذبة التى من شأنها تعكير صفو السلام العالمى · كما طالب مؤتمر اتحاد البرلمانات الذى عقد فى جنيف عام ١٩٣٢ بادخال التشريعات اللازمة فى ١٣ أبريل سنة ١٩٣٣ على الأكثر لمعاقبة « الأشخاص الذين يثيرون الدول الى الحرب عن طريق الكتابة أو القول أو أى نوع آخر من أنواع النشر أو (الأشخاص) الذين ينشرون عن عمد أنباء كاذبة أو وثائق مزورة أو يدبرون المكائد التى تعكر صفو العلاقات الدولية أو تزيد من حدة التوتر بين دول معينة » ·

وكانت طائفة من خبراء الصحافة قد اجتمعت تحت رعاية عصبة الأمم فى جنيف فى أغسطس سنة ١٩٣٧ ووافقت على قرار يعبر عن الرغبة فى « أنه يجب على الصحف ووكالات الأنباء فى العالم أن تجعل من واجبها اتخاذ اجراءات ضرورية لتجنب نشر أو توزيع الأنباء المغرضة والمبالغ فيها والمشوهة عن عمد أو التى يظهر بجلاء عدم دقتها والتى يقصد بها احداث سوء التفاهم غير المرغوب فيه بين الأمم مما يدمر السلام العالمى » ·

وكان الاتحاد الدولى للصحفيين الذى ضم ٢٩ جمعية صحفية قد قرر فى أكتوبر سنة ١٩٣٠ انشاء محكمة للشرف يكون من سلطتها الحكم على رجال الصحافة المذنبين الذين ينشرون معلومات مغرضة أو غير حقيقية بابعادهم عن ممارسة مهنة الصحافة ، وأنشئت محكمة الشرف فعلا فى لاهاى يوم ١٢ أكتوبر سنة ١٩٣١ تحت رعاية عصبة الأمم ·

وفى عام ١٩٣٢ دعت الحكومة الدانماركية الى مؤتمر للصحافة اجتمع من ١١ الى ١٤ يناير فى كوبنهاجن حضره ممثلون عن أربع وثلاثين ادارة صحفية حكومية وعدد من وكالات الأنباء المستقلة مع مندوبين عن عصبة الأمم ووافق المجتمعون على « محكمة الشرف » التى أنشأها الاتحاد الدولى للصحفيين فى أكتوبر السابق . ووافقوا كذلك على قرار خاص بأن يكون للصحافة الدولية الحقوق الكاملة فى حريتها وأن تنشر كل الأنباء التى تعتقد عن حسن نية بصدقها وأن « تكون الحملة المناهضة لنشر الأنباء غير الدقيقة احدى ضرورات الحياة الدولية » ، كما وافقوا على أن تكون أكثر الاجراءات فعالية لمناهضة عدم الدقة هى « النشر السريع للمعلومات الدقيقة الواسعة النطاق عن طريق الوكالات والمكاتب الصحفية» .

ورفض ممثلو الولايات المتحدة والاتحاد السوفييتي الموافقة على « محكمة الشرف » وكان موقف أمريكا هو أنها تعترف فقط بواجبين أحدهما ازاء جمهورها والثاني هو العمل في ظل قوانين البلاد التي تمارس فيها العمل الصحفي • ثم عادت « محكمة الشرف » الى الحياة بواسطة الهيئة الدولية للصحفيين المنعقدة في بروكسل في فبراير سنة ١٩٤٨ حيث تم الاتفاق على قرار اجماعي يطالب اللجنة الفرعية لحرية الصحافة والاستعلامات التابعة للأمم المتحدة بالتفكير في تحضير قانون للاخلاق خاص بالصحافة ومخبري الصحف وبانشاء محكمة الشرف بالتعاون مع الهيئة الدولية للصحفيين ووافقت الولايات المتحدة التي كانت ممثلة في المؤتمر على القرار ولم يكن الاتحاد السوفييتي ممثلا •

وهوجم نشر الأنباء الكاذبة كذلك بواسطة مؤتمر دولي آخر للصحافة انعقد تحت رعاية عصبة الأمم في مدريد في نوفمبر سنة ١٩٣٣ ، وكذلك بواسطة المؤتمر العشرين للاتحاد الدولي للهيئات الصحفية الذي انعقد في انتورب في يوليو سنة ١٩٣٤ وحضره ممثلون لأربع وعشرين دولة • وعبر مؤتمر السلام العالمي الذي كان له أعضاء في كثير من الدول الأوروبية وفي الولايات المتحدة في جلسته الثامنة والعشرين التي عقدت في بروكسل في يوليو سنة ١٩٣١ عن الأمل بأن تصدر الدول الأعضاء القوانين التي تجعل اثارة الحروب عن طريق الكلام أو الكتابة أو أي وسيلة مشابهة عملا غير قانوني ، ومرة أخرى وافق في اجتماعه سنة ١٩٣٢ في فيينا على قرار موجه ضد دعاية الحرب ونشر الأنباء غير الدقيقة التي من المحتمل أن تضر بالتفاهم الدولي •

ووافق المكتب الدولي لتوحيد قانون الجنايات الذي يمثل أربع عشرة حكومة على قرار في سنة ١٩٣٠ يوصي بعقاب الأفراد الذين يقومون بدعاية تدعو الى الحرب بموجب قوانين محلية لكل دولة • وتضمن القرار الفقرة الآتية :

« الدعاية في صالح الحروب العدوانية : كل شخص أو أشخاص يقومون بدعاية مكشوفة في صالح الحروب العدوانية سوف يعرضون أنفسهم للعقوبة بشرط وجود مثل هذه العقوبة في قانون الدولة التي توجه اليها الدعاية التي تهدف الى الحرب » •

وأولت عصبة الأمم اهتماما ايجابيا لمشاكل الدعاية الدولية • وبالرغم من أن ميثاق العصبة لا يناقش موضوع الدعاية في صراحة فان المادة (١٠) تشترط أن « يتعهد أعضاء عصبة الأمم بالعمل على الوقوف ضد الأعتداء الخارجي محافظة منهم على التماسك الاقليمي والاستقلال السياسي القائم لكل أعضاء عصبة الأمم ••• » • وفي سنة ١٩٢٢ وافق المجلس الأعلى للعصبة على قرار ينص على

« ان الدول لا تستطيع أن تطالب بأى حق فى املاء شىء على بعضها البعض فيما يتصل بالمبادىء التى يقوم على أساسها نظام الحكم والاقتصاد الداخلى ... ذلك أن لكل دولة الحق فى أن تختار لنفسها النظام الذى تفضله فى هذا الصدد » .
وأثر هذا من الناحية النظرية على حقوق الدول الى حد محدود فى مجال النشاط المتصل بالدعاية الرسمية . وفى سنة ١٩٢٦ نوقشت الأخطار التى يتعرض لها السلام العالمى والناتجة عن الدعاية عن طريق الراديو فى عصبة الأمم وأرسلت الحكومة السويدية فى ٢٥ ابريل سنة ١٩٣١ الى السكرتير العام لعصبة الأمم مذكرة تشير الى الحاجة الى كبح جماح المعلومات الكاذبة . واقترحت السويد أنه يجب على اللجنة المعينة لصياغة المعاهدة العامة لتحسين وسائل منع الحرب أن تتضمن المادة ٤ (أ) من المعاهدة : « أن الأطراف المتعاقدة ، تتعهد بأن تحاول الى أبعد ما تسمح به قوانينها الوطنية بكبح كل دعاية بالكتابة أو القول يقصد منها منع التسوية السلمية للأزمات » . وهذه المعاهدة التى تم الاتفاق عليها فى مايو سنة ١٩٣١ قد عالجت فى الواقع مشكلة حرب الدعاية معترفة « بأن الدعاية الهجومية ضد دولة أجنبية يجوز فى ظل ظروف معينة أن تشكل تهديدا حقيقيا للسلام العالمى » .

وفى ٢٣ سبتمبر سنة ١٩٣١ و ١٣ فبراير سنة ١٩٣٢ أرسلت بولندا مذكرات الى عصبة الأمم مطالبة بالتوصية باتخاذ اجراءات قاسية ضد أى شخص يحاول أن يهدم القواعد الأدبية للسلام العالمى عن طريق دعاية الكراهية ، كما قالت انه « يجب أن تستحث الدول على التفكير فى تعديل قوانينها فيما يتصل بالصحافة والتعليم والاذاعة والأفلام والمسرح » .

وعلى اثر اغتيال الملك اسكندر الأول ملك يوغوسلافيا ، ووزير خارجية فرنسا لويس بارثو قرر مجلس عصبة الأمم فى ١٠ ديسمبر سنة ١٩٣٤ « أن من واجب كل دولة أن لا تشجع ولا تتسامح فى بلادها مع أى نشاط ارهابى لغرض سياسى ، وأن تبذل كل دولة أقصى ما فى طاقتها للقضاء على كل عمل من هذا النوع . ولا بد لادراك هذا الهدف أن تمنح مساعدتها للحكومات التى تطلبها » ومن الواضح أن هذا ينطبق على الدعاية التى تتسم بطابع الارهاب .

وأمام شبح الحرب الذى كان يبدو فى الأفق فى ذلك الوقت ، اقترحت اللجنة القانونية بالمؤتمر تخفيض وتحديد التسليح وأن تتضمن المعاهدة بندا يجعل من الدعاية العامة المباشرة التى تستحث دولة ما على ارتكاب الأعمال الآتية ، خروجا على القانون :

(أ) اعلان الحرب ضد دولة أخرى .

(ب) استخدام قواتها المسلحة فى غزو بلد آخر .

(ج) الهجوم بالقـوات البرية أو البـحرية أو الجوية حتى ولو كان هذا بدون اعلان الحرب على أراضى أو بواخر أو طائرات أى دولة أخرى·

(د) الحصار البحرى على سواحل أو جزء من دولة أخرى ·

(هـ) المساعدة التى تمنـح لعصابات مسلحة يتم تنظيمها داخل أراضيهـا وتقوم بغزو دولة أخرى ، أو رفض اتخـاذ كل الخطوات الممـكنة لحرمان العصابات السابق ذكرها من كل حماية أو مساعدة بناء على طلب الدولة التى يقع عليها الغزو ·

واقترحت اللجنة القانونية أن يطلب من الدول تحريم :

١ ـ نشر الأنباء الكاذبة والتقارير المزورة التى تعزى زورا وبهتانا الى طرف ثالث كلما تسبب هذا النشر فى ايجاد آثار من الاضطراب على العلاقات الدولية وكلما توافرت سوء النية ·

٢ ـ نشر الأنباء التى تسبب الكراهية تجاه دولة أجنبية بأن تنسب اليها عن سوء نية أعمالا يتضح عدم صحتها مما يعرضها الى الكراهية والاحتقار من شـعبها ·

وقد جرى تفسير البيانات الكاذبة بأنها « التى تنطوى على سوء النيـة والقصد السيء » ثم عدلت مرة أخرى بحيث حتمت أن النشر لا بد وأن يتمخض عن « آثار تثير الاضطراب فى العلاقات الدولية » ·

ورغم وجود مشروعات المعاهدات والمذكرات والقرارات التى فكرت فيها عصبة الأمم فانه لم يتم الاتفاق على أى شيء يذكر فيما يختص بالدعاية بشكل مباشر سواء أكان ذلك عن طريق الجمعية أو مجلس العصبة ، ففضل العصبة كان فقط فى التشجيع الذى أولته للمنظمات الخاصة الدولية والأهلية وللمعاهدات التى تمت تحت رعايتها ·

* * *

(٢) الدعاية الدولية فى ظل الأمم المتحدة

ان ميثاق الأمم المتحدة ـ شأنه فى ذلك شأن ميثاق عصبة الأمم ـ لا يتضمن أى اشارة خاصة الى الدعاية الدولية كتهديد للسلام · ويتضمن الميثاق فى المادة ٢ (٤) موضوع ادانة أنواع معينة من الدعاية لا سيما الدعاية التى تنطوى على

« التهديد بالقوة » ومع ذلك فقد تولت الأمم المتحدة موضوع الدعاية الدولية بالعلاج فى بداية عملها فقدم الاتحاد السوفييتى مشروع قرار للجمعية العامة فى دورتها الثانية فى سنة ١٩٤٧ حول الاجراءات التى تتخذ ضد حرب الدعاية . وقدم كذلك المندوب اليوغوسلافى مشروعا آخر عن منع الدعاية الضارة بالدول الاجنبية وبالتفاهم الدولى ٠

وناقش المندوب السوفييتى فكرة أن الميثاق ذاته جعل معاقبة مروجى الحرب أمرا اجباريا بوصفه احدى وسائل المحافظة على السلام والأمن العالميين وتنمية أواصر الصداقة بين الأمم . وأرادت يوغوسلافيا أن يشترط القرار معاقبة ناشرى الأنباء الكاذبة والتقارير التى يحتمل أن تسىء الى العلاقات الدولية ٠ وأشار مندوب المملكة المتحدة الى أن الاقتراح السوفييتى « قد حذف كل اشارة الى الوسائل الهدامة مثل الرقابة وتعطيل السفر والطرد التعسفى وحجب الأنباء عن شعب بلد ما » ٠

وقدمت حكومات استراليا وكندا وفرنسا وفنزويلا قرارات لتحل محل القرار السوفييتى حول مروجى الحرب كما قدمت تعديلات عديدة وقرارات مشتركة ٠ وأخيرا فى ٢٧ أكتوبر سنة ١٩٤٧ آكملت لجنة السياسة والأمن التابعة للجمعية العامة مشروع قرار يدين دعاية الحرب وتمت الموافقة على القرار بغالبية ٥٦ صوتا ضد صفر مع تغيب هايتى ٠ وفى ٣ نوفمبر عرض هذا القرار على الجمعية العامة وتم الاتفاق عليه بالاجماع ٠

وينص هذا القرار على ما يأتى :

« حيث أن الشعوب تعبر فى ميثاق الأمم المتحدة عن تصميمها على حماية الأجيال التالية من ويلات الحرب التى جلبت مرتين فى حياتنا أحزانا لم يسبق لها مثيل للبشرية وأن تمارس التسامح والمعيشة جنبا الى جنب فى سلام مع بعضهم البعض كجيران خيرين ٠

« وحيث أن الميثاق يطلب كذلك نشر الاحترام الكامل لمراعاة الحريات الأساسية التى تتضمن حرية التعبير وأن كل الأعضاء قد تعهدوا فى المادة (٦) بأن يتخذوا اجراءات مشتركة أو مستقلة لمراعاة هذه الحريات الأساسية ، فان الجمعية العامة :

١ — تدين كل صور الدعاية فى أى دولة كانت مما يقصد بها أو يحتمل أن تثير أو تشجع أى تهديد للسلام أو القيام بالعدوان ٠

٢ ـ تطلب من حكومة كل عضو أن تتخذ الاجراءات المناسبة فى نطاق سلطاتها الدستورية ، أى :

(أ) أن تنشر بكل وسائل الاعلام والدعاية التى فى متناولها علاقات الصداقة بين الأمم المبنية على أهداف ومبادىء الميثاق .

(ب) أن تشجع نشر كل المعلومات التى يقصد بها التعبير عن رغبة الشعوب التى لا شك فيها فى السلام .

٣ ـ وتطلب أن ينقل هذا القرار الى المؤتمر القادم الخاص بحرية الاعلام . وترك القرار لكل دولة عضو تعريف « الدعاية التى تهدف أو يحتمل أن تثير تهديدا للسلام » و « والدعاية التى تهدف الى نشر العلاقات الودية بين الأمم » ولم يلزم القرار الأمم المتحدة باتخاذ عمل مضاد الا اذا نتج عن النشاط الدعائى لدولة ما مشاحنة ، وقرر مجلس الأمن أن هذه المشاحنة « من المحتمل أن تعرض السلام والأمن العالمى للخطر طبقا للمادة ٣٧ من الميثاق » . ولكن ليس من المحتمل أن يتولى مجلس الأمن مثل هذه المسئولية لا سيما عندما تكون المسألة خاصة بدول كبرى بسبب الفيتو وبسبب أن كل الدول تقوم بدعاية دولية .

وفى ١٧ نوفمبر سنة ١٩٥٠ أعادت الجمعية العامة للأمم المتحدة تأكيدها لقراراتها التى تدين الدعاية ضد السلام وادانة حرب الدعاية ونشر المعلومات الكاذبة التى يحتمل أن تعرض السلام العالمى للخطر .

وقد تناولت الأمم المتحدة موضوع الدعاية الدولية فى مشروعات عديدة ، منها مشروع المعاهدة البريطانية حول حرية الاعلام الذى لم توافق عليه الولايات المتحدة . وقد تضمن مشروع المعاهدة مفهوم حرية الاعلام وحرية الصحافة ، ولما كانت الحرية معرضة للعقوبات والمسئوليات والقيود بموجب القانون الخاص باساءة استعمالها فانها اشتملت كذلك على مبدأ يقول : ان نشر التقارير الكاذبة أو المشوهة المتعمدة والتى تدمر علاقات الصداقة بين الشعوب أو الدول « يعرض للعقاب » . كذلك رفضت الولايات المتحدة الاقتراح البولندى الخاص بمشروع المعاهدة الفرنسية عن التكذيب الرسمى والذى رأت بولندا أنه يجب أن يشتمل على ضمانات من أجل فرض التزامات للدولة . وقال مندوب الولايات المتحدة ان أفضل ما تستطيع أن تفعله دولة هو أن تجعل التكذيب الرسمى المقدم منها فى متناول الصحف مع ترك الحرية لها فى اختيار نشره من عدمه . وأخيرا كحل وسط تم الاتفاق على أنه اذا لم يتيسر الاعلان المناسب للتكذيب الرسمى فانه يمكن تقديمه للسكرتير العام للأمم المتحدة الذى يجب

عليه اعلانه اعلانا مناسبا . ولم تتم للآن الموافقة على أى من المعاهدتين فى الجمعية العـــامة .

وفى الجلســـة الثالثة والعشرين بعـد المائة يوم ٢١ نوفمبر سنة ١٩٤٧ أصدرت اللجنة العامة للأمم المتحدة الى لجنة القانون الدولى التابعة للأمم المتحدة أمرا بأن تعد مسودة « اعلان عن حقوق وواجبات الدول » . وقامت اللجنة بهذا وتم الاتفاق على الاعلان بغالبية ١١ الى ٢ . وتقول المادة ٣ من الاعلان « من واجب كل دولة أن تبتعد عن التدخل فى الشئون الداخليـــة أو الخارجيـة لأى دولة أخرى » وتقول المادة ٤ « على كل دولة الابتعاد عن اثارة المشاحنات الداخلية فى أراضى دولة أخرى وأن تمنع تنظيم أى نشـاط فى بلادها يهـدف الى اثارة المشاحنات الداخلية » . وقدم مشروع الاعلان الى الجمعية العامة التى قررت فى ٧ ديسمبر سنة ١٩٥١ أن يؤجل النظر فيه مؤقتا . وحثت الجمعيـــة الدول الأعضاء الى التعليق على مشروع الاعلان وطلبت من السكرتير العـام أن يعلن التعليقات والمقترحات المقدمة .

* * *

(٣) المعاهدات الاقليمية الخاصة بالدعاية

وضحنا جانبا من عمل المنظمات غير الحكومية وعصبة الأمم والامم المتحدة فى موضوع الدعاية الدولية ، وهناك عدد من الاتفاقيات الاقليمية الخاصة بنشر الدعاية الدولية ، أولها الاتفاق بين اسبانيا وفرنسا وبريطانيا فى ١٨ ديسمبر سنة ١٩٢٣ الخاص بالنشاط الدعائى فى منطقة طنجة مع أنه يمتـد الى بلاد أخرى . وتقول المادة ١٠ من الاتفاق « ان كل اثارة أو دعاية أو مؤامرة ضـد النظام القائم فى المناطق الفرنسية أو الاسبانية فى مراكش ممنوعة من منطقة طنجة ، وأى اثارة مشابهة ضد أى دولة أجنبية هى الأخرى ممنوعة » وقد تم التوقيع على اتفاقية مشابهة من كل من أسبانيا وفرنسا وبريطـانيا العـظمى وايطاليا بخصوص طنجة فى ٢٥ يوليو سنة ١٩٢٨ .

وهناك أيضا المعاهدة الفرنسية ـ الايطالية التى وقعت فى ٧ يناير سنة ١٩٣٥ . وبالرغم من أن فرنسا وايطاليا فقط هما اللتان وقعتا عليها فقد كانت تعبيرا عاما عن شعور عام ازاء الدعاية الدولية ودعوة الى كل الدول الى الانضمام الى الموقعين عليها . وقالت الدولتان فى صدر المعاهدة : « بعد أن محصت الدولتان الوضع فى أوروبا ولا سيما فى النمسا فانهما توصيان كل الدول بشدة بأنها يجب أن توقع فى نطاق عصبة الأمم على معاهدة تتضمن على وجه خاص تعهدا متبادلا بعدم التدخل فى الشئون الداخلية لكل منها ، ويجب أن تتعهد كذلك بعدم تأييد

أو مساعدة أى اثارة أو دعاية أو محاولة للتدخل فى التماسك الاقليمى أو تهدف الى تغيير النظم السياسية والاجتماعية بالقوة بالنسبة للدول المتعاقدة • ويجب أن يظل الطريق مفتوحا للدول بمفردها لكى تصل الى اتفاقيات ثنائية بهذا الصدد مع رضاء عصبة الأمم » •

ووافق عدد كبير من المؤتمرات التى عقدت فى نصف الكرة الغربى على قرارات خاصة بالدعاية والنشاط الذى يحتمل أن يثير الاضطراب فى التفاهم الدولى . وقد وقع مؤتمر الوحدة الأمريكية فى مونتفيديو فى ديسمبر سنة ١٩٣٣ اتفاقا ينص على أنه « لا حق لدولة فى التدخل فى الشئون الداخلية أو الخارجية لدولة أخرى » وقد فسر هذا التدخل على أنه تدخل بواسطة الدعاية •

كما قرر مجلس وزراء خارجية دول أمريكا اللاتينية فى جلساته التى انعقدت من ٢٣ سبتمبر الى ٣ أكتوبر ١٩٣٩ ، حماية الجمهوريات الأمريكية ضد « النشاط غير القانونى الذى يمارسه الأفراد سواء أكانوا مواطنين أم أجانب يعيشون هناك لخدمة مصالح أى دولة أجنبية معتدية » ولمنع « الأيديولوجيات الأجنبية المستوحاة من المبادىء المضادة » من الاعتداء على حياد الجمهوريات الأمريكية . ونصح القرار الموقعين عليه بأن يمنعوا « فى اطار التشريعات سكان بلادهم من الانغماس فى نشاط يمكن أن يؤثر على الوضع المحايد للجمهوريات الأمريكية » •

وفى أعقاب الحرب العالمية الثانية وقعت معاهدة الدول الامريكية للتعاون المتبادل . وكذلك انتهى مؤتمر الدول الأمريكية الى تقرير المحافظة على سلام وأمن القارة وكان ذلك فى ٢ سبتمبر سنة ١٩٤٧ فى ريو دى جانيرو • وتشترط المادة السادسة من هذه المعاهدة التشاور المتبادل بين الدول الأمريكية السبع عشرة الموقعة عليه فى حالة « الاعتداء الذى لا يعتبر هجوما مسلحا » أو « أى موقف يعرض سلام القارة الامريكية للخطر » • ويتضمن ميثاق منظمة الدول الامريكية الموقع فى بوجوتا فى ٣٠ ابريل سنة ١٩٤٠ والذى أصبح نافذ المفعول من ١٣ ديسمبر سنة ١٩٥١ البنود الآتية :

المادة ١٥ : ليس لدولة أو مجموعة من الدول الحق فى التدخل مباشرة أو بطريق غير مباشر ولأى سبب كان فى الشئون الداخلية أو الخارجية لأية دولة أخرى• وهذا المبدأ لا يحرم تدخل القوات المسلحة فحسب بل يحرم التدخل بأى صورة أخرى من صور التهديد المتعمد ضد شخصية الدولة أو ضد عناصرها السياسية والاقتصادية والثقافية » •

وتنص المادة ١٦ على « أنه لا يجوز لأى دولة أن تستخدم أو تشجع استعمال اجراءات مضادة لها صفة سياسية أو اقتصادية لكى تسيطر على سيادة دولة أخرى وأن تحظى منها بمنافع من أى شكل كان » .

وقد صدقت على المعاهدة خمس عشرة دولة من الدول الاحدى والعشرين التى وقعتها ومن بينهما الولايات المتحدة الامريكية ، لكن الولايات المتحدة وضعت تحفظا على المعاهدة ينص على « أن مجلس الشيوخ يسدى نصحه وموافقته على التصديق على الميثاق مع التحفظ بأن لا يكون أحد شروطه سببا فى اعطاء سلطات أوسع للحكومة الاتحادية للولايات المتحدة الامريكية أو تقييد سلطات الولايات التى يتكون منها الاتحاد فيما يتصل بالأمور المعترف بها بموجب الدستور على أنها من سلطات الولايات الأمريكية » .

* * *

(٤) الدعاية الدولية وحرية الهواء

كان العرب من أسبق الناس الى استخدام الهواء فى أعمال الدعاية ونقل الأخبار ، فقد أمر الملك العادل نور الدين(١) باتخاذ الحمام الزاجل الذى يطير الى البلاد البعيدة فى نقل أخبار دولته ، وكان سبب ذلك كما يقول المؤرخون هو أن بلاده اتسعت فكانت تمتد من بلاد النوبة الى باب همدان فى ايران . بينما كانت دولة الصليبيين قائمة فى فلسطين . ورأى الملك أن الافرنج ربما أغاروا على بلاده ، والى أن يصله الخبر يكونون قد بلغوا بعض أغراضهم . لذلك أمر باعداد محطات لهذا الحمام فى أنحاء مملكته ، فكانت الأخبار تأتيه فى وقتها ، لأنه كان له فى كل بلد رجال مرتبون ، ومعهم عدد من حمام المدينة التى تجاورهم . فاذا رأوا أو سمعوا أمرا كتبوه لوقته ، وعلقوه على الطائر ، وسرحوه الى المدينة التى هو منها فى ساعته ، فتنقل الرقعة منه الى طائر آخر من البلد الذى يجاورهم فى الجهة التى يكون فيها نور الدين ، وهكذا الى أن تصل اليه الأخبار .

أما فى العصر الحديث فقد كان للطيران دوره الخطير فى الدعاية الدولية .

ففى ١٧ ديسمبر سنة ١٩٠٣ نجح اخوان رايت فى أول طيران لهم بآلة بمحرك أثقل من الهواء . ولم يكن هذا أول عمل باهر فى مجال الملاحة الجوية

---

(١) هو الملك العادل نور الدين محمود مؤسس الدولة العربية فى الشام ومصر ، وقد خلفه صلاح الدين الأيوبى واكمل كفاحه ضد الافرنج الذين احتلوا فلسطين واسترد بيت المقدس .

فقد سبق أن عبرت الجو بالونات وطائرات بلا محرك وكانت أخف من الهواء ولكن عمل اخوان رايت كان ميلاد المواصلات الجوية ·

وفي سنة ١٩٠٦ أعلن معهد القانون الدولى أن الهواء حر وأن للدول « الحق الضرورى للمحافظة عليه » ، وعندما قامت الحرب العالمية الأولى تغيرت وجهة النظر الخاصة بالطيران ، وتم الاتفاق فى مؤتمر باريس الخاص بالملاحة الجوية فى بسنة ١٩١٩ « على أن لكل دولة دون سواها السلطة القانونية الكاملة على الفضاء الجوى فوق أراضيها » ويمكن أن تجبر طائرة تطير فوق اقليم ضد رغبة الدولة على الهبوط أو مطاردتها ، ولما شاع استعمال الراديو أكثر من الطائرات بعد ذلك ولا سيما بعد أن ظهر فى وقت كانت فيه السيادة على الفضاء الجوى قد أصبحت ضرورية كان رد الفعل الأول عند رجال القانون الدولى هو أنه « لا يمكن انكار حق دولة فى السيطرة على ممر موجات هرتز (الكهربائية) عبر الفضاء الجوى فوق أراضيها » · كما أن مبدأ السيادة الخالصة فى الفضاء الجوى لدولة تقع الى جانب دولة أخرى — وهو المبدأ الذى نال موافقة عامة من ناحية صلته بالملاحة الجوية — يمكن تلك الدولة من منع تشويش المجال الجوى فوق أراضيها بواسطة موجات هرتز (الموجات الكهربائية) التى تحدث بغرض المواصلات اللاسلكية الصادرة من قوة أجنبية · ولم تستطع معاهدة واشنطن فى ٢٥ نوفمبر سنة ١٩٢٧ — ولا اللوائح العامة للمواصلات الاذاعية المرتبطة بمعاهدة المواصلات اللاسلكية الدولية فى ٩ ديسمبر سنة ١٩٣٢ بمدريد ولا معاهدة الاذاعة الأوروبية فى لوتسرن فى ١٩ يونيو سنة ١٩٣٣ — أن تنقض ذلك المبدأ ·

وكانت الولايات المتحدة وكندا وكوبا ونيوفوندلاند قد وقعت اتفاقية عام ١٩٢٩ بصدد الذبذبات الصوتية العالية تقول « ان حق كل الشعوب فى استعمال أى ممر اذاعى أمر معترف به » وهذه السيادة كانت متبادلة ، كما كانت الشروط المنظمة لها قد وضعت فى اتفاقيات دولية ، وقد كررت المعاهدة الخاصة بالمواصلات الاذاعية بين الدول الأمريكية التى وقعت فى هافانا سنة ١٩٣٧ هذا المبدأ وأضافت اليه « أن الحكومات الأمريكية بموجب الشرط الوحيد القائل بأنه لن يكون هناك تدخل فى خدمات دولة أخرى يجوز أن تعطى ذبذبة أو أى نوع من أنواع الموجات لأى محطة اذاعية تحت سلطاتها » ·

وفى الوقت الذى احتفظ فيه مؤتمر التلغراف اللاسلكى الدولى الذى انعقد فى مدريد سنة ١٩٣٢ وبعد ذلك مؤتمر المواصلات اللاسلكية الدولى فى القاهرة سنة ١٩٣٨ « بمبدأ حق الشعوب فى منح أى ذبذبة تريدها » فقد وضع

شرط بأن لا يكون نتيجة هذا هو تداخل فى اشارات دول أخرى « ولكن اذا كانت الذبذبات التى تستعمل قادرة على أن تسبب التداخل فان الدول توافق على منح الذبذبات للخدمات طبقا لجدول التقييد فى حسابات الأنصبة » .

وبحلول سنة ١٩٤٧ كان الجو مليئا بالمرور الاذاعى لدرجة أن أنظمة المرور قد قبلت على علاتها . ولذلك استهل مؤتمر المواصلات اللاسلكية الدولى المنعقد فى اتلانتك سيتى بالولايات المتحدة الأمريكية ديباجة المعاهدة بما يأتى « نعترف تماما بالحق الثابت لكل دولة فى تنظيم مواصلاتها اللاسلكية » ويقول فى المادة ٤٢ ان « الأعضاء والدول المرتبطة بالاتفاق يعترفون بأنه من المرغوب فيه تحديد عدد الذبذبات والمجال الطيفى المستعمل الى الحد الأدنى الضرورى للقيام بالخدمات الضرورة بشكل يبعث على الرضاء » .

وقد أثيرت مسألة الدعاية عن طريق الاذاعة أمام عصبة الأمم سنة ١٩٢٦ وقدمت للمجلس بواسطة اتحاد الاذاعة الدولى فتم الاتفاق فى ٢٥ مارس و ٦ يوليو سنة ١٩٢٦ على قرارات بالغاء الاذاعات التى تسىء الى العلاقات الدولية الطيبة ، وأكد اتحاد الاذاعة الدولى « أن الارسال القومى يجب أن لا يحتوى فى المجالات السياسية والدينية والاقتصادية والفكرية والفنية على أى تهجم على روح التعاون والادارة الدولية الطيبة التى تعتبر ضرورات لا شك فيها للتطور الدولى للاذاعة » .

وحاول اتحاد الاذاعة الدولى بين أعضائه — كلما وقعت أحداث — أن يلم شملهم عن طريق توقيع اتفاقيات ثنائية واتفاقيات متعددة الأطراف تقضى بعدم التداخل والامتناع عن الدعاية المعادية . وبينما كانت بعض الحكومات حريصه على منع اذاعة المواد التى يحتمل أن تسىء الى الأمم المجاورة نشرت الأخرى دعاية تحت قناع الاذاعات الداخلية وأحيانا كانت تستعمل لغات الدول المجاورة متظاهرة بأنها توجهها للاقليات التى تعيش فيها وتتكلم هذه اللغات .

ويبدو أن أهم اتفاقية وقعت وتعبر فى وضوح عن كبح جماح الدعاية الدولية غير المرغوب فيها عن طريق الاذاعه كانت المعاهدة الدولية الخاصة باستعمال الاذاعة فى سبيل قضية السلام . ففى سنة ١٩٣١ وافقت اللجنة السادسه التابعة للجمعية العمومية للعصبة على أن تقوم لجنة التعاون الفكرى — وهى وكالة من وكالات العصبة — بدراسة استعمال الاذاعة الدولية فى سبيل قضية السلام ولتوثيق عرى التفاهم الدولى . وفى سبتمبر سنة ١٩٣٣ رحصت العصبة للجنة التعاون الفكرى بتحضير مسودة معاهدة عن الدعاية ومسودة اتفاقية دولية مبدئية لا ستعمال الدعاية فى سبيل قضية السلام .

وحضر المؤتمر الدولى الخاص باستعمال الدعاية فى سبيل قضية السلام المنبثق منها وفود من ثمان وعشرين دولة بالاضافة الى الولايات المتحدة الأمريكية٠

وعقدت الجلسة في جنيف ووقعت المعاهدة فى ٢٣ سبتمبر سنة ١٩٣٦ وأصبحت سارية المفعول فى ٢ أبريل سنة ١٩٣٨ بعد تسلم السكرتير العام للعصبة لنصوصها ٠ وصدقت عليها ثلاث عشرة دولة وقبلتها تسع دول أخرى وامتنعت خمس عشرة دولة عن التصديق عليها ٠

والمواد من ١ الى ٤ من المعاهدة تتضمن البنود الرادعة التى تحد من نشاط الاذاعات التى يحتمل أن تدفع الشعوب أو الدول الى الحرب أو الى استعمال البيانات غير الدقيقة التى يجوز أن تخلق سوء التفاهم الدولى ، كما تنص على أن تتعهد الأطراف المعنية بالتحكم في محطات الاذاعة التى تقع فى نطاق قوانينها بحيث تجعلها تلتزم بشروط المعاهدة ٠ والنص الكامل لهذه المواد هو :

المادة (١) :

تتعهد الأطراف المتعاقدة كلما دعت الحاجة ، بأن توقف دون تردد فى داخل نطاق أراضيها كل ما يتعارض مع النظام الداخلى أو أمن أى دولة من الدول المتعاقدة ٠

المادة (٢) :

تتعهد الأطراف المتعاقدة بأن تضمن أن الارسال من المحطات الاذاعية التى تقع فى نطاق أقاليمها سوف لا يشكل أى اثارة الى الحرب ضد دولة متعاقدة أخرى أو أى عمل يؤدى الى هذا ٠

المادة (٣) :

تتعهد الأطراف المتعاقدة بأن تمنع ــ اذا ظهرت الحاجة ــ وتوقف دون تردد فى داخل أقاليمها أى ارسال يحتمل أن يضر بالتفاهم الدولى الطيب بواسطة بيانات من التى يجب أن يكون خطؤها معروفا للأشخاص المسئولين عن الاذاعة ، بل وأكثر من هذا تتعهد بأن تضمن أن أى ارسال من النوع الذى يحتمل أن يضر بالتفاهم الدولى الطيب عن طريق البيانات الخاطئة سوف يصحح فى أول لحظة ممكنة بواسطة كل السبل الفعالة حتى لو صار الخطأ واضحا بعد حدوث الارسال مباشرة ٠

المـــادة (٤) :

تتعهد الأطراف المتعاقدة بأن تضمن وخاصة فى وقت الازمات ان المحطـات الواقعة فى داخل أقاليمها سوف تذيع معلومات تتعلق بالعلاقات الدولية بعد أن يتم التحقق من صحتها بواسطة أشخاص مسئولين عن اذاعة المعلومات ٠

المـــادة (٦) :

ولكى يعطى الأثر الكامل للالتزامات المقترحة بموجب المواد السابقة تتعهد الأطراف المتعاقدة بأن تصدر الأوامر والتعليمات المناسبة لارشاد الخدمات الاذاعية الحكومية ولضمان تطبيقها فى هذه الخدمات ٠

ومن أجل هذا الغرض نفسه تتعهد الأطراف المتعاقدة باصدار التشريعات اللازمة لارشاد أى مؤسسات اذاعية مستقلة سواء كان ذلك فى القانون التأسيسى لمنظمة قومية أو فى الشروط المفروضة على شركة امتياز أو فى القواعد المطبقة على المؤسسات الخاصة وأن تتخذ الاجراءات الضرورية لضمان تطبيق بنود هذه الاتفاقية » ٠

وكانت بريطانيا والهنـد وأسبانيا قد حثت اللجنة الثانية للصياغة فى المؤتمر الخاص بالمعاهدة الدولية أن تشير الى أخطار الاذاعة باللغات الأجنبية ولكن اللجنـة رفضت هـذا الرأى نظرا لأنه « سـوف لا تكون هنـاك عقبة فى استمرار دولة فى ممارسة الاذاعة المثيرة بين السكان وبخاصة الأقليات التى تتكلم نفس اللغة فى دولة أخرى » ، وأكدت اللجنة كذلك « أن الارسال الاذاعى بلغة تختلف عن لغـة الدولة الأصلية لا يعنى أنهـا ترمى الى أهـداف الاستثارة ، للمستمعين فى دولة أخرى » ٠

وقدمت بلجيكا وأسبانيا وروسيا بضـعة تحفظات كما أن هـذه الدول لم تصدق على المعاهدة ٠

والضعف الأساسى فى المعاهدة هو أنها لا تعرف الارسال « الذى يسىء الى التفاهم الدولى والذى يتسم بصفة اثارة سكان أى اقليم الى القيام بأعمال تتنافى والنظام الداخلى أو الأمن » ٠ أى انها لا تفسر ما يشكل الاستثارة الى الحرب، ولم توضح كيف تقرر الدول مدى دقة ملايين البيانات التى تذاع عن طريق الاذاعة كل عام ٠

وهناك نقاط ضعف أخرى عديدة • ففى الحرب النفسية الحديثة تبين أن الحقيقة غالبا ما تكون سلاحا أمضى من غيرها • فان الدول التى تختار الحقيقة توجه أقصى هجماتها • ومن المحتمل أن تنشأ خلافات عديدة عندما تحس الدول بأن القانون فى جانبها • واذا التجأت هذه الى التحكيم فان المعاهدة لا تشير الى أية عقوبات عند الاعتداء عليها ، فماذا تستفيد من التقاضى ؟! وقد أوضحت فنلندا فى المؤتمر الخاص بالمعاهدة الدولية « أنه من المحتمل أن الدول الموقعة على المعاهدة قد لا تلتزم حتى بمثل هذه المعاهدة ولا توافق عليها فيما يتصل بأمور الاذاعة لأنها تعتنق وجهة نظر مناهضة للشروط المقترحة » •

أما الاتفاقية الاقليمية لأمريكا الجنوبية الخاصة بالمواصلات الاذاعية والتى وقعت فى بيونس أيرس فى ١٠ أبريل سنة ١٩٣٥ فقد نصت المادة ٧ منها على ما يلى :

« يتعهد الموقعون بالتحكم فى مصادر المعلومات الاذاعية وبتجنب النشرات التشهيرية والامتناع عن الاشتراك فى الاتجاهات السياسية والاجتماعية السائدة فى الدول الموالية الأخرى » • وتم التعهد بتأييد هذه الاتفاقية ومعاهدة جنيف الدولية الخاصة باستخدام الاذاعة فى سبيل قضية السلام فى مؤتمر الدول الأمريكية لحماية السلام الذى عقد فى بيونس ايرس من أول ديسمبر الى ٢٣ منه سنة ١٩٣٦ • ونصح القرار الخامس عشر الصادر عن المؤتمر الموقعين بأن يتجنبوا الاذاعات التى من شأنها أن تثير الاضطراب فى العلاقات الدولية أو تسىء الى المستمعين الأجانب • ولكن مندوب الولايات المتحدة الأمريكية امتنع عن التصويت على هذا القرار •

وفى العام التالى وقع الاتفاق الاقليمى لأمريكا الجنوبية الخاص بالمواصلات الاذاعية فى ريو دى جانيرو فى ٦ يونيو سنة ١٩٣٨ ، وتمت اعادة النظر فيه بواسطة الاتفاقية الخاصة بالمواصلات الاذاعية لأمريكا الجنوبية التى وقعت فى سنتياجو فى ٧ يناير سنة ١٩٤٠ ، ولكن لا تزال المادة الثانية من الاتفاقية والخاصة بالارسال ذى الصفة الدولية كماهى بنصها التالى : « سوف تتخذ ادارات الدول الموقعة الخطوات الضرورية كما يأتى :

١ – ضمان اعطاء المعلومات – التى تتسم بطابع السياسة الدولية المتعلقة بالدول الموقعة وبخاصة أثناء نشر الأخبار السياسية – أقصى ما يمكن من عناية لكى تضمن عدم نشر المعلومات غير المؤكدة المصدر •

٢ – ضمان عدم نشر الأنباء أو التعليقات التى من شأنها أن تثير الاضطراب فى العلاقات الطيبة بين الدول أو تؤذى عواطف دول أخرى أو تسىء الى عمل

المنظمة والتضامن من أجل السلام وكذلك تجنب كل ما من شأنه أن يؤذى السلطات القائمة فى الدول ٠

٣ ـ ضمان تجنب النشر بواسطة الأجهزة الاذاعية لكل ما من شأنه أن يهدد سيادة وتماسك الدول » ٠

وطوال فترة الحرب العالمية الثانية نبذت لجنة الحياد للدول الأمريكية المعاهدة الدولية الخاصة باستعمال الاذاعة من أجل قضية السلام والمعاهدة الاقليمية الخاصة بجنوب أمريكا عن المواصلات اللاسلكية ٠ وفى ٢٢ من يونيو سنة ١٩٤٠ عقد اجتماع فى ريو دى جانيرو أصدر توصيات خاصة بالمواصلات اللاسلكية جاء فيها « هذه الارتباطات قد قصد بها أن تكون فى زمن السلم ولا يبدو أنه يمكن تطبيقها بدقة فيما يتعلق بواجبات الدولة المحايدة فى وقت الحرب ٠ ولهذا السبب يجب على كل دولة أن تقرر الى أى مدى يتلاءم تطبيق هذه المبادىء مع واجبات الحياد » ٠ كما طالبت توصيات لجنة الحياد بتحريم نشر أية معلومات تتسم بالدعاية العسكرية والتى لها علاقة بالأعمال العدوانية ، واعتبرت نشرها من جانب الدولة التى تعتبر فى حكم الدولة الحيادية منافيا للحياد ٠

ولما كانت احدى المشاكل الكبرى فى الاذاعة الدولية هى توزيع الذبذبات فقد اجتمعت احدى وعشرون دولة فى سنة ١٩٣٩ فى مدينة مونترو بسويسرا لاعادة توزيع الخطوط الاذاعية الموجودة ولكن الاتفاق تمخض عن لا شىء عندما اشتعلت الحرب واستمرت الدول فى تأييدها للتوزيع القديم ٠

ورغم كل ذلك فانه فى الامكان جعل الدعاية الدولية الاذاعية عديمة الجدوى عن طريق التحكم فيها بواسطة التشويش عليها وأصبح هذا علما متطورا جدا بعد الحرب العالمية الثانية ، وبدأ الروس فى فبراير سنة ١٩٤٨ كما بدأوا فى ٢٤ أبريل سنة ١٩٤٩ فى استعمال أكثر من ١٠٠٠ محطة اذاعية ـ كما كان يقدر عددها ـ فى التشويش على الاذاعات الأمريكية والبريطانية الموجهة الى روسيا والدول الاشتراكية ٠

واحتجت الولايات المتحدة لدى الحكومة السوفييتية واتحاد المواصلات اللاسلكية الدولى فى ٢ مايو سنة ١٩٤٤ وحولت هذه الهيئة احتجاج الولايات المتحدة الى روسيا فى اليوم التالى ولم يسمع شىء عنه بعد ذلك ٠

والحقيقة أن كل معاهدة للارسال اللاسلكى منذ مؤتمر برلين فى سنة ١٩٠٦ تذكر الغاء التدخل ومنعه الى أقصى حد ممكن ٠ وتبين المادة ٤٤ لمعاهدة

المواصلات اللاسلكية الدولية الموقعة فى اتلانتك سيتى فى سنة ١٩٤٧ أن « المحطات كلها مهما كان الغرض منها لا بد أن تقام وتدار بشكل لا يترتب عليه أى تدخل فى الخدمات الاذاعية أو المواصلات اللاسلكية للأعضاء الآخرين أو الأعضاء الموافقين عليها أو أية وكالات عاملة خاصة معترف بها أو أية وكالات عاملة مرخص لها وتقوم بالخدمات الاذاعية » ٠

كما اعترف الأعضاء الذين وافقوا على هذه المعاهدة بالرغبة فى اتخاذ كل الخطوات العملية لمنع تشغيل تركيبات وأجهزة كهربائية بكافة أنواعها بقصد التدخل الضار بالخدمات الاذاعية والمواصلات اللاسلكية ٠

وقد أدانت الأمم المتحدة ولجانها فى ثلاث مناسبات مختلفة ــ كلها فى عام ١٩٥٠ ــ التشويش ووافقت اللجنة الفرعية للأمم المتحدة الخاصة بحرية الاستعلامات والصحافة فى مايو سنة ١٩٥٠ على قرار للولايات المتحدة يدين الاتحاد السوفييتى « للتدخل المتعمد فى استقبال شعب الاتحاد السوفييتى لبعض الاذاعات المعينة الصادرة من خارج حدود الاتحاد السوفييتى » بغالبية ٨ أصوات ضد لا شىء مع امتناع ٣ عن التصويت٠وبالمثل أدان المجلس الاقتصادى والاجتماعى الذى عقد فى جنيف فى دورته الحادية عشرة فى أغسطس التالى التشويش وكذلك فعلت نفس الشىء الجمعية العامة فى ١٤ ديسمبر سنة ١٩٥٠ بغالبية ٤٩ ضد ٥ أصوات فقط ٠

وعارض الاتحاد السوفييتى على أساس أنه يحاول مجرد حماية مواطنيه ويبدد الحرب النفسية التى كانت تشنها الولايات المتحدة وبريطانيا العظمى ٠ وأضاف المندوب البولندى أن « لكل دولة الحق المطلق فى حماية نفسها ضد هذا النوع من الاعتداء مثل حقها فى منع تهريب الأفيون وبيع كتب الدعارة والتهريب عن طريق الأشخاص ، ومن ثم فان دفاع الأمم المتحدة عن مثل هذه الاذاعات كان عملا من أكثر الأعمال مدعاة للسخرية فى تاريخ العلاقات الدولية حتى الآن » واتهم المندوب « صوت أمريكا » و « هيئة الاذاعة البريطانية » و « اذاعة أوروبا الحرة » والاذاعة الفرنسية بباريس وراديو مدريد بنشر الافتراءات والأكاذيب ٠

وقد امتنع الاتحاد السوفييتى أو صوت ضد كل القرارات الثلاثة التى تقدمت بها الولايات المتحدة لادانة التشويش ، وأكثر من ذلك لم تكن بالقرارات شروط تجبر دولة ما على الامتثال لها ٠ فالمادة ٤٤ مثلا من معاهدة المواصلات اللاسلكية الدولية ملزمة لروسيا كاحدى الدول الموقعة والصيغة صحيحة واضحة ٠ ومع ذلك فاحتجاجات الولايات المتحدة لدى كل من روسيا واتحاد المواصلات اللاسلكية الدولى فى جنيف كانت عديمة الجدوى ٠ وفى يونيو سنة ١٩٤٨ قالت

« النيويورك تايمز » ان ١٠١ جهاز ارسال أمريكي وبريطاني قد فشلت في التغلب على التشويش السوفييتي الذي يبلغ درجة نجاحه - كما قال مساعد وزير الخارجية - ٧٠٪ الى ٧٥٪ ، وتمكن الروس من تتبع أي تغيير في طول الموجة في ظرف ١٢ ثانية وكانت احدى الوسائل المستعملة للتغلب على التشويش هي « الالتحام » مع محطة الاذاعة على موجة قريبة منها • وهذه الوسيلة تعتبر مساوية للتشويش الذي جعل الالتجاء اليها ضروريا •

والنقطة الهامة في هذا الموضوع هي أن الحرب السيكلوجية لم يلتفت اليها في معاهدة المواصلات اللاسلكية الدولية ، حتى يمكن أن توصم اذاعات الولايات المتحدة بعدم الشرعية • وخالفت الولايات المتحدة المادة ٤٢ من معاهدة اتلانتك سيتى عندما بدأت في استعمال تكتيكها بالتدخل دون اذن ، والالتحام مع ذبذبة اذاعية روسية •

وبالرغم من أن روسيا لم توافق على عروض الولايات المتحدة للحكومة السوفييتية ولعدم وجود ثمرة لاتحاد المواصلات اللاسلكية الدولي والأمم المتحدة فلم يكن مع ذلك للولايات المتحدة الحق في اتخاذ عمل انتقامي • وكان في استطاعتها الاعلان بأن المعاهدة تعتبر باطلة بالنسبة للاتحاد السوفييتي • ولكن مثل هذا الاعلام لم يتم •

وقد تمت محاولات لارسال الدعاية بواسطة الطائرات والبالونات والمناطيد والصواريخ والمركبات الهوائية الأخرى في مناسبات عديدة ، وأطلق راديو أوروبا الحرة بالونات الحرية التي كانت تحمل نشرات دعاية الى بلاد الكتلة الاشتراكية ، وفي أيام الحرب أطلقت نشرات الدعاية خلف خطوط العدو بواسطة المدافع وكذلك أسقطت الطائرات بعضها • وفيما يتصل بمثل هذه الأساليب في وقت الحرب كتبت لجنة من فقهاء القانون اجتمعت في لاهاى سنة ١٩٢٣ تقول : ان الحوادث في الحرب العالمية الأولى كانت قد أبرزت الرغبة في وضع « قاعدة واضحة لمسألة ما اذا كان اسقاط نشرات لأغراض الدعاية يعتبر وسيلة مشروعة للحرب » • ووافقت اللجنة على شرط « أن لا ينظر الى استعمال الطائرات لغرض نشر الدعاية على أنه وسيلة غير مشروعة من وسائل الحرب ولا يجب أن يحرم ملاحو هذه الطائرات من حقوقهم كأسرى حرب عند اتهامهم بارتكاب مثل هذا العمل » ، وأوضحت لجنة الفقهاء أن هذا النشاط « لا يقتصر على اسقاط النشرات لأن الطائرات يمكن أن تنشر الدعاية بوسائل أخرى وعلى سبيل المثال بارسال ذيل من الدخان في صورة كلمات في الجو » واستثنوا الدعاية التي تدعو الى القتل أو الاغتيال •

وتتحكم فى نشاط الطائرات المعاهدة الخاصة بالطيران المدنى الدولى التى اتفق عليها فى شيكاجو فى ٧ ديسمبر سنة ١٩٤٤ . وتنص المادة الأولى من هذه المعاهدة على « ان الدول المتعاقدة تعترف بأن لكل دولة حق السيادة التام المطلق على فضائها الجوى فوق اقليمها » . كما تنص المادة ٣ (ج) على أنه « لا يجوز لطائرات أى دولة متعاهدة أن تطير فوق أرض دولة أخرى دون ترخيص باتفاق خاص » . وبموجب المادة ٤ « توافق كل دولة متعاقدة على أن لا تستعمل الطيران المدنى لأى غرض لا يتفق مع أغراض هذه المعاهدة » . وأغراض المعاهدة المذكورة فى الديباجة تتضمن بيانا بأن المعاهدة يقصد بها « أن تساعد على خلق وحماية الصداقة والتفاهم بين أمم وشعوب العالم لتفادى الاحتكار ولتأكيد هذا التعاون بين الأمم والشعوب ، ذلك التعاون الذى يعتمد عليه سلام العالم.ويستثنى من هذا اسقاط نشرات الدعاية من الطائرات سواء كانت مملوكة للدولة أم للأفراد دون موافقة الدولة التى تتعرض لها » .

* * *

(٥) المعاهدات الخاصة بالدعاية الدولية

وقعت معاهدات مختلفة ثنائية ومتعددة الأطراف بين الدول بقصد كبح جماح نشاطها الدعائى أو وقف نشر الدعاية عن طريق الأفراد الخاضعين لقوانينها. ومع أن مثل هذه المعاهدات لم تكن كثيرة قبل الحرب العالمية الأولى الا أنها كانت موجودة . فقد وقعت بريطانيا والدانمارك اتفاقية فى منتصف القرن السابع عشر تتعهدان فيها بالامتناع عن ايواء « الأعداء أو المتمردين من الدول الأخرى ».وكانت المعاهدة التى أولت اهتمامها بشكل مباشر بالنشاط الدعائى للأفراد هى المعاهدة التى وقعتها فرنسا وروسيا فى سنة ١٨٠١ فقد تضمنت أن « تلتزم الدولتـــان المتعاقدتان بدافع من رغبتهما فى أن تساهما الى أبعد حد ممكن فى توفير الهدوء لحكومتيهما بأن لا تسمحا لأى من رعاياهما بالتعاون مع الاعداء الداخليين للحكومة القائمة بنشر مبادئهم المناهضة لدساتيرها أو اشاعة الفوضى أو ما يشبه ذلك بطريق مباشر أو غير مباشر » . كما وقعت معاهدة بين النمسا والمجر والصرب فى سنة ١٨٨١ بقصد تقييد الدعاية الحكومية .

وهناك عدد من الاتفاقيات وقعت خلال الفترة الواقعة بين الحربين العالميتين الأولى والثانية وهى تهدف الى كبح جماح النشاط الدعائى للدول ورعاياها ، ومنها المعاهدات التى وقعها الاتحاد السوفييتى وقد نص فيها على أن « تمتنع الأطراف المتعاقدة عن أية اثارة أو دعاية ضد الحكومة أو المنظمات العامة والعسكرية للطرف الآخر والى

المدى الذى ينتقل هذا الالتزام الى روسيا فسوف يسرى مفعول ذلك على الاقاليم المحتلة بموجب المعاهدة الرباعية » • وكانت هذه هى الصيغة التى تم التوصل اليها فى معاهدة السلام التى أبرمت بين اتحاد الجمهوريات السوفييتية والدول الكبرى فى ٢ مارس سنة ١٩١٨ ، وقد وافقت جميع الأطراف على الامتناع عن القيام بنشاط دعائى رسمى عن طريق الادارات الحكومية أو الموظفين الرسميين وتم تضمين هذا فى بعض المعاهدات على شكل تعهد بعدم ارسال فوضويين الى اقليم الطرف الآخر لاثارة الاضطراب •

ثم وقعت معاهدة مشابهة تتعلق بنشر الدعاية عن طريق مصادر رسمية بين جمهوريات الاتحاد السوفييتى وبين المملكة المتحدة فى ١٦ مارس سنة ١٩٢١ وايطاليا فى ٢٦ ديسمبر سنة ١٩٢١ وتشيكوسلوفاكيا فى ٥ يوليو سنة ١٩٢٢ •

وبعد تبادل المذكرات بين المملكة المتحدة والاتحاد السوفييتى تم التوصل الى اتفاق وقع فى فبراير سنة ١٩٢٤ تعهد الطرفان بموجبه بالامتناع عن التدخل فى الشئون الداخلية وعن توجيه الدعاية ضد حكومة أو منظمات الطرفين •

وهناك معاهدة بين الاتحاد السوفييتى وايران وقعت فى أول أكتوبر سنة ١٩٢٧ تمنع الموظفين من الاشتغال بالدعاية ضد حكومة الطرف الآخر • وبعد توقيع المعاهدة قدم السفير الايرانى فى موسكو مذكرة الى الحكومة السوفييتية جاء فيها « أن كل الدعايات والاثارات السياسية بين السكان المحليين والعمال وكل تدخل فى السياسة الداخلية والشئون الدينية والاجتماعية بواسطة المواطنين السوفييت المستخدمين فى ايران ممنوعة منعا باتا » •

ووقعت سلسلة من المعاهدات بين الاتحاد السوفييتى والدول المجاورة له منذ الحرب العالمية الثانية • ولم يأت ذكر لكلمتى : استثارة ودعاية فى أى واحدة منها ولكن مضمونها يشير الى ذلك •

وتعتبر المعاهدة الروسية ـ البولندية للصداقة والمساعدة المتبادلة والتعاون بعد الحرب الموقعة فى موسكو فى ٢١ أبريل سنة ١٩٤٥ نموذجا لكل هذه المعاهدات • والمادة ٢ تقول فى جزء منها : « سوف يقوى الطرفان المتعاقدان فرص التعاون المتبادل بين كل من الدولتين طبقا لمبادىء الاحترام المتبادل لاستقلالهما وسيادتهما وكذلك عدم التدخل فى الشئون الداخلية للدولة الأخرى » •

والى جانب هذه المعاهدات التى وقعتها روسيا بشأن التحكم فى النشاط الدعائى للأطراف المتعاقدة توجد معاهدات أخرى يتعهد الموقعون عليها بالتحكم فى نشاط المنظمات أو الجماعات الخاصة فى داخل أراضيها والتى تكون معادية

للطرف الآخر طبقا للاتفاقية • فمثلا فى المادة ٧ (٥) من المعاهدة بين روسيا واستونيا فى ٢ فبراير سنة ١٩٢٠ اتفق الطرفان على « منع تكوين أو وجود أى منظمات أو طوائف مهما كانت فى داخل أراضيهما تدعى حكم كل أو جزء من الاقليم فى الطرف المتعاقد ووجود ممثلين أو موظفين لمنظمات أو طوائف يكون غرضها قلب حكومة الطرف الأخر فى المعاهدة » •

والى جانب ذلك هناك معاهدات عديدة لمنع الدعايات الضارة • فقد حرمت المعاهدة بين المملكة السعودية والعراق فى ٢ أبريل سنة ١٩٣٦ الدعاية الهدامة للطرفين • وفى يوليو سنة ١٩٣٦ اتفقت ألمانيا مع النمسا على عدم التدخل فى الشئون الداخلية سواء كان ذلك بشكل مباشر أو غير مباشر • وتعهد الموقعون على المعاهدة بين يوغوسلافيا وايطاليا فى ٢٥ مارس سنة ١٩٣٧ بعدم مساعدة الطوائف التى تنشط فى نشر الدعاية ضد الطرف الآخر • وفى ٨ يوليو سنة ١٩٣٨ وقعت كل من أفغانستان والعراق وايران وتركيا معاهدة عدم اعتداء تقول المادة ١ منها « تتعهد الأطراف المتعاقدة باتباع سياسة الامتناع التام عن التدخل فى الشئون الداخلية لكل منها » • وتضمنت اتفاقية الجنتلمان الموقعة بين ايطاليا وبريطانيا فى سنة ١٩٣٨ نصا يقول « ترحب الحكومتان بالفرصة التى تتيحها المناسبة الحالية لتسجيل اتفاقهما على أن أية محاولة من ناحية أى منهما لاستعمال وسائل الاعلان أو الدعاية تحت يدها لكى تضر بمصالح الأخرى ستكون منافية للعلاقات الطيبة التى تهدف هذه الاتفاقية الى اقامتها والمحافظة عليها بين الحكومتين وبين شعبى البلدين » • وتطالب المادة (٥) من معاهدة عدم الاعتداء بين المملكة المتحدة وتايلاند الطرفين « بأن يتعهدا بالابتعاد عن أى عمل يقصد به اثارة أو مساعدة أى اضطراب أو دعاية بشكل متعمد ضد تماسك بلاد الطرف الآخر » •

وفى أبريل سنة ١٩٤٨ وقعت الهند والباكستان اتفاقية تتعهد كل منهما فيها « بأن تضمن أن منظماتها المسئولة عن الاعلان بما فيها الاعلان بالراديو والأفلام ستبتعد عن الدعايه ضد بلاد الطرف الآخر • وتمنع الأنباء التى يحتمل أن تثير أو تسبب الخوف أو الانزعاج لسكان أو جزء من سكان كل منهما » • ويجب أن نضيف كذلك معاهدة الصداقة وعلاقات حسن الجوار بين تركيا والعراق التى وقعت فى سنة ١٩٤٦ والتى جاء فيها « ان كل طرف من الأطراف المتعاقدة يتعهد باحترام الوحدة الاقليمية للآخر وحدودها المشتركة كما هى مبينة ومخططة فى المعاهدة الموقعة فى سنة ١٩٢٦ » •

وفى كل المعـاهدات المذكورة نجد أن الدعاية المشـار اليها هى الدعاية الرسمية التى تقوم بها وكالة حكومية لدولة متعاقدة • مثال ذلك ما ورد فى المعاهدة بين تركيا والعراق الموقعة فى سنة ١٩٤٦ •

فالمادة ٣٣ من هذه المعاهدة تعالج الدعاية ذات الصفة الرسمية ولكنها فريدة فى شروطها فهى تقول « سوف تتعهد سلطات كلا الطرفين بالامتناع عن أى مراسلات أو اتصالات مع المواطنين فى الدولة الأخرى الذين يوجدون فى بلاد الطرف الثانى » • وتشترط المادة العاشرة تبادل المعلومات المتعلقة . بالدعاية الضارة الهدامة » وتقول : « يتعهد الطرفان المتعاقدان بتبادل آية معلومات فى حوزتهما فيما يختص بالدعاية الضارة الهدامة التى تتنافى مع القوانين والتى من المحتمل أن تعرض أمن الطرف الآخر للخطر وأن تثير روح التمرد » •

كما تعتبر الاتفاقية السياسية بين النمسا وتشيكوسلوفاكيا الموقعة فى ١٦ ديسمبر سنة ١٩٢١ نموذجا لهذا النوع من المعاهدات • وتقول المادة ٤ منها « تتعهـد الدولتـان بأن لا تتسامحا فى داخل بلادهما مع أى منظمـة سـياسية أو عسكرية تكون موجهة ضد تماسك وأمن الطرف المتعاقد الاخر » •

وتتضمن الاتفاقيه بين الهند والباكستان المعقودة فى أبريل سنة ١٩٤٨ الشروط الآتية :

١ — سوف لا تشجع أى دعاية تهدف الى ادماج الباكستان أو الهند أو أى جزء بما فى ذلك البنغال الشرقية من ناحية والبنغال الغربية أو أسام أو كوش بها من ناحية أخرى •

ملحوظة : كلمة « دعاية » سوف تؤخذ على أنها تنطوى على أى منظمة يتم انشاؤها لتحقيق هذا الهدف •

٢ — (أ) تعترف الدولتان بأن التعاون الخاص من جانب الصحافة يعتبر جوهريا لخلق جو أفضل، وعلى ذلك فانهما تتفقان على وجوب بذل كل جهد للتشاور مع ممثلى الصحف كلما أمكن لضمان منع الصحافة فى كل مكان من البلدين من :

(أ) أن تنغمس فى دعايات ضد بلاد الطرف الآخر •

(ب) أن تنشر أنباء مبالغا فيها تتسم بما يثير الخوف والهلع فى السكان أو فى قطاع من السكان فى أى منهما •

(جـ) أن تنشر مادة يحتمل أن تفسر على أنها تأييد لاعلان الحرب من ناحية أى دولة منهما ضد الأخرى أو توحى بعدم امكان تجنب الحرب بين الطرفين ٠

اما المعاهدة المعقودة فى ٦ أكتوبر سنة ١٩٤٨ بين لبنان واليونان فانها تسمح لكل من الطرفين بطرد المواطنين التابعين للطرف الآخر « اذا ثبت ارتكابهم لنشاط هدام يهدد النظام العام والهدوء » ٠

* * *

(٦) المعاهدات التى تسمح بالدعاية الدولية

كان تقييد الدعاية الدولية موضوع الكثير من المعاهدات ، ولكن هناك عددا من الدول تعتبر حرية التعبير ووجود المعاهدة التى تحرم الدعاية الدولية شيئين متعارضين ومسألة فيها نظر ٠ ويرى البعض فى الجهود المبذولة لتخفيف حدة الدعاية الخطوة الأولى للتحكم فى وسائل الاتصال ٠ وحتى تصبح حرية التعبير ممكنة فلا بد من وجود حريات أخرى ، فهناك حرية التدخل من الدولة لجمع الأنباء أو لأخذ أو ارسال معلومات خارج الدولة أو الحصول على تسهيلات أو لبيع أو اعطاء أو نقل المعلومات الى الجمهور ، وهناك حرية الجمهور فى شراء أو استقبال المعلومات ، وكل هذه ملازمة لحرية القول وحرية الصحافة ٠

ولقد شعر بعض الناس بالقلق لفقدان الدعاية الطيبة ، لهذا وقعت معاهدات تربط الدول والمنظمات ربطا ايجابيا فى سبيل نشر الدعاية ذات الطابع الطيب ٠ وهذه المعاهدات تحدد وتصف نوع الدعاية والنشر والاستعلام الذى يجوز نشره بموجب المعاهدة ٠ ويترك هذا فى العالم كله للأطراف المتعاقدة كى تقرر مواد الأخبار التى يمكن أن تؤدى الى الأثر المحمود الذى ترجوه من المعاهدة ، وقد اهتم أول مؤتمر صحفى عالمى عقد فى شيكاجو سنة ١٨٩٣ بدور الصحافة فى تبديد سوء التفاهم بين الشعوب ٠

وفى سنة ١٩١٩ بذل الصحفيون الأمريكيون مجهودا لوضع نص يعلن حرية الصحافة وينص عليه فى معاهدة فرساى ٠ ولكن لم يكتب لهم النجاح ٠ غير أن الدول المهزومة أجبرت على التعهد بمنح الحرية لكل الأشخاص الخاضعين لقوانينها من ناحية القول والصحافة وذلك بموجب معاهدات السلام التى وقعتها مع الدول المتحالفة فى باريس فى ١٠ فبراير سنة ١٩٤٧ ٠

وتضمنت معاهدة التعاون الاقتصادى والاجتماعى والثقافى والدفاع الجماعى المعروفة باسم حلف بروكسل التى وقعتها بلجيكا وفرنسا ولكسمبرج وهولندا والمملكة المتحدة فى ١٧ مارس سنة ١٤٩٨ ما يأتى :

« سوف تبذل الأطراف المتعاقدة كل جهد مشترك بقيادة شعوبها نحو فهم أفضل للمبادىء التى تكون أساس حضارتها المشتركة وأن تزيد التبادل الثقافى بواسطة المعاهدات بينها وبوسائل أخرى » ٠

أما دستور مجلس أوروبا الذى تم توقيعه فى لندن يوم ٥ مايو سنة ١٩٤٩ فيقرر أن هدف الأعضاء هو «حماية وتحقيق حقوق الانسان والحريات الأساسية»٠

وقد وقع مجلس أوروبا فى ٤ نوفمبر سنة ١٩٥٠ المعاهدة التى نصت فى المادة العاشرة منها على ما يأتى : « لكل شخص حقه فى حرية التعبير ٠ ويتضمن هذا الحق حرية اعتناق الآراء وتقبل ونقل المعلومات والآراء دون تدخل من السلطات العامة ودون اعتبار للحدود ٠ ولا تمنع هذه المادة من المطالبة باصدار ترخيص بقيام مشروعات الاذاعة والتليفزيون والسينما » ٠

ويجب أن نشير هنا الى اعلان حقوق الانسان العالمى الذى أصدرته الجمعية العامة للأمم المتحدة فى ١٠ ديسمبر سنة ١٩٤٨ ، ونصت المادة ١٩ منه على ما يلى: « لكل شخص الحق فى حرية الرأى والتعبير ٠ وينطوى هذا الحق على اعتناق الآراء دون تدخل والسعى واستقبال ونقل المعلومات والأنباء بواسطة أى وسيلة ودون اعتبار للحدود » ٠ ولكن لا يعتبر الاعلان أكثر من مجرد توصية ٠

ويعتبر دستور اليونسكو أيضا أحد المعاهدات المليئة بالمقاصد الطيبة وقد أشار ذلك الدستور الى الشروط الخاصة بحرية الاستعلام ٠

كذلك أوصى مؤتمر الدول الامريكية الخاص بمشاكل الحرب والسلام الذى عقد فى مكسيكو سيتى فى سنة ١٩٤٥ بأن يمنح الجميع حرية التعبير والتوصل للحقائق « كشرط جوهرى لتنمية رأى عام نشيط يقظ » ٠ كما قرر المؤتمر كنتيجة حتمية للحرب العالمية الثانية « أنه لا يمكن أن تكون هناك حرية أو سلام أو أمن فى الوقت الذى يحرم فيه الرجال من التوصل الحر للحقيقة عن طريق الوسائل المختلفة للاستعلام » ٠ وعلى ذلك فقد أوصى الجمهوريات الامريكية بعد أن قبلت مبدأ التوصل الحر للمعلومات للجميع أن تبذل كل جهد حتى يكون سلطان القانون مكفولا فى العالم وبذلك يمكن أن يثبت مبدأ الارسال والاستقبال الحر للاستعلامات الشفوية والمكتوبة والمنشورة فى الكتب أو فى الصحافة أو فى

الاذاعة بالراديو أو المنشورة بأى وسيلة أخرى فى ظل مسئولية صحيحة وبدون حاجة الى الرقابة السابقة · وعلى ذلك فالخطوة الاولى هى التوصل الى هذا « النظام القانونى » ·

وقد عملت اليونسكو « منظمة الامم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة » بجد شأنها فى ذلك شأن أية وكالة دولية على ايجاد تفاهم دولى عن طريق نشر المعلومات الثقافية والعلمية الخاصة بكل الشعوب · وتبين المادة الأولى من دستور اليونسكو أن « هدف المنظمة هو المساهمة فى السلام والأمن بنشر التعاون بين الأمم عن طريق التربية والعلوم والثقافة ·· » ويقترح أن يتم هـذا « عن طريق كل وسـيلة من وسائل الاتصال الجماعى » · كذلك بذلت الجامعة العربيـة جهودا هامة من أجل تبادل المعلومات الثقافية والعلمية عن طريق تنظيم زيارات للصحفيين والمذيعين والوسائل الاخرى الجماعية ·

ويوضح ميثاق الجامعة العربية من ناحية ربط الأعضاء برباط وثيق عن طريق التعاون فى الأمور الثقافية ، كما تؤكد المادة ١٣ من ميثاق الجامعة أنه « سوف تعمل دول الجامعة العربية على تزويد أبنائها بالأحـوال الاجتمـاعية والثقافية والاقتصادية والسياسية فى البلاد العربية بواسطة الاذاعات والمسرح والسينما والصحافة أو بأى وسيلة أخرى » ·

وقد اهتم الاتحاد الدولى للاذاعة بالاذاعات التى تؤدى الى ترقية العلاقات الدولية · أما القرارات المبينة لهذا فقد تم الاتفاق عليها فى ٢٥ مارس سنة ١٩٢٦ ، و ٦ يوليو سنة ١٩٢٦ · وفى مايو سنة ١٩٢٩ أحاط الاتحاد الدولى للاذاعة عصبة الأمم أنه كان من المرغوب فيه « ان الاذاعة يجب أن لا تعطل عن طريق استعمالها فى شئون الدعاية غير المرغوب فيها الأمر الذى يمنع تطورها كوسيلة لترقية التفاهم المتبادل بين الشعوب » لذلك فاننا نقول ان الاذاعـة يمكن أن تسـتعمل للدعاية المرغوب فيها وغير المرغوب فيها وانها يجب أن تركز على الاولى ·

وقد وافقت اللجنة الفرعية الخاصة بحرية الاعلام للمؤتمر الاذاعى الثالث لدول أمريكا الذى عقد فى ريو دى جانيرو فى سبتمبر سنة ١٩٤٥ بالاجماع على قرار يطالب باقصى حد من الحرية لتداول الأنباء فى كل أرجاء نصف الكرة الغربى · وتمت الموافقة على هذا بعد ذلك بواسطة الدورة التمهيدية للمؤتمر كما تمت مناقشة اقامة هيئة أمريكية للاذاعة بالراديو ، وقد أقيمت فعلا فى سبتمبر سنة ١٩٤٦ · وكانت أهدافها « وضع مبادىء للحرية والمسئولية داخل نطاق الصناعة الاذاعية من أجل نشر السلام والتضامن فى القارة وكذلك التفاهم الأفضل بين الشعوب » · وكان هدف الهيئة هو حماية حق اذاعات المحطات الوطنية والأجنبية

ووافقت الهيئة فى اجتماعها سنة ١٩٥٠ فى سان باولو على تخصيص وقت لاذاعة أنباء عن الأمم المتحدة ٠

ولم تكن الاتفـاقيات الثنـائية والمتعـددة الأطراف بين الدول ، الخـاصة بتشجيع نشر دعاية من نمط معين كثيرة قبل الحرب العالمية الثانية ، على حين أن الفكرة التى تنطوى عليها المعاهدات التى وقعت فى السنوات الأخيرة هى أن هذه الدعاية تعتبر سلاحا قويا للخير وللشر على السـواء ، ومن مصلحة السـلام والمحبة تشجيع أنماط الدعاية التى تعتبر مؤدية لتحسين العلاقات بين الأمم ٠

وبالرغم من عدم تحديد مفهوم ذلك فى كثير من المعاهدات فان الأساليب والطرق محددة ٠

ولقد كان الشغل الشاغل للمنظمات والدول يتركز على المشاكل التى تثيرها الدعاية الدولية منذ مطلع هذا القرن وبصفة خاصة منذ الحرب العالمية الاولى فأدرك العالم فجأة هذه القوة الجديدة التى يمكن استخدامها لأسر عقول الناس ثم أسر أجسامهم وقواهم وخصائصهم عن طريق عقولهم ٠ ويمكن للمرء أن يلمس عن طريق القرارات العديدة التى تم الاتفاق عليها بواسطة المنظمات الرسمية أو غير الرسمية الرغبة فى التحكم فى الدعاية الدولية وتوجيهها فى مصلحة السلام والتفاهم فى العالم ٠ وهذه الرغبة ليست بالأمر الجديد فقد شاهد الانسان محاولات للتحكم فى كل سلاح جديد للهجوم من السهم والقوس الى القنبلة الهيدروجينية ، كما استطاعت الأمم أن تتحكم فى بعض الأسلحة كالغازات السامة واستطاعت بعض الأسلحة الأخرى أن تمر وتصبح أمرا عاديا ، ومن المحتمل أن تتطور الدعاية وتصبح سلاحا من هذه الاسلحة الأخيرة ٠

وللدعاية كثير من خصائص البارود ، فالبارود اذا استعمله الأفراد فى مناسبات اللهو وحولوه الى لعبة يصبح عديم الأذى نسبيا للمجتمع ، ولكنه اذا استعمل استعمالا ينطوى على التدبير والاتفاق سـواء من جانب الأفراد أم الحكومات فانه يصبح قوة تهديدية وعلى ذلك تحرم غالبية المعاهدات والاتفاقيات الدولية استعمال الدول أو الطوائف المنظمة للدعاية فى أغراض عدوانيـة أو هجومية ٠ ولكن الرغبة فى تحريم مثل هذه الدعاية أمر يمكن تحقيقـه اذا أراد البشر ذلك ، وسنوا له شرائع فى القانون الدولى ٠

ويجوز أن تدعى دول كثيرة انها تمارس دعاية لا تشكل أذى على الآخرين أو أن تدعى أنها تحاول اطلاع العالم على الحقيقة ٠ ولكن لا بد أن نتذكر أنه يمكن أن

يهزم الانسان عدوا عن طريق مهاجمته بواسطة النبال اللفظية كما يمكن للانسان أن يفخم نفسه وأصدقاءه حتى ينفجر العدو تماما عن طريق المقارنة ٠

وعلى ذلك ، فان وجود عدد كبير من هذه المعاهدات لا يخلق بأى شكل من الأشكال مبدأ فى القانون الدولى ٠ ومن الحقائق الثابتة أنه بعد الحرب العالميـة الثانية عندما زاد نشاط الدعاية الدولية لغالبية الدول وأصبحت برامج الدعاية المنتظمة شيئا مقبولا فى أنحاء العالم فانه لم توقع معاهدات ثنائية أخرى لتجعل الدعاية الدولية الضارة منافية للقانون ٠

كما أنه لم يحدث اطلاقا أن عرضت قضية تتصل بالدعاية الدولية أمام محكمة دولية ٠ وهذا يدفعنا الى القول بأن الدعاية الدولية ـ حتى الآن ـ لا تعتبر اخلالا بالقانون الدولى ٠

ولعل السبب فى ذلك هو :

أولا ـ صعوبة تحديد الدعاية وتعريفها ، بسبب احتوائهـا على أشياء مقبولـة وأخرى غير مقبولة ٠

ثانيا ـ الاختلاف الواسع بين الدول فى تفسير ما هو مقبول ، لأن ما هو مقبول فى دولة يعتبر غير مقبول فى دولة أخرى ٠

ثالثا ـ ان الدول لا تريد قيودا عليها مفضلة أن تكون حرة فى القيام بنشاطها الدعائى

والدعاية ـ بخلاف الأشكال الأخرى من النشاط الخاضعة للقانون ـ لم يحدث أن عرفت تعريفا يفى بأغراض قانونية ؛ فهى بمفردها تتضمن ألوانا مختلفة من النشاط بعضها ينال استحسانا والآخر يلقى استهجانا . وعلى ذلك يجب أن تقرر القوانين القائمة ماذا يجـدر القيـام به وماذا يجب الكف عنـه ، وعن أى طريق يجب القيام بهذا أو ذاك ، ولأية أهداف ، وذلك أفضل من تقييدها بشكل عـام ٠ وحتى كلمة دعـاية لم يرد ذكرها فى أى قانون ، بل يكتفى باسـتعمال الفاظ أو مواد يشتم منها أنها محاولة مقصودة وراءها دافع للتـأثير على آراء ووجهـات نظر أو سـلوك الأفراد أو الطوائف ٠ لـكن القانون يهتـم بحقوق وواجبات المواطنين وغير المواطنين ٠ وحيث أنه لا جريمة فى أى بلد أن يحـاول الانسان تحصين نفسه الا اذا اعتدى على حقوق الآخرين فلا بد لأية قوانين تتحكم فى الدعاية من أن تعين النوع أو المدى الذى تتعرض فيه حقوق الآخرين للخطر ؛ وهذا أمر صعب المنال ٠

القسم الرابع

دراســـة تطبيقيـــة

- تجربة الدعاية والاعلام فى حرب ١٩٥٦ ٠
- تجربة الدعاية والاعلام بعد ١٥ مايو ١٩٧١ ٠
- الصحافة فى مجتمعنا الديمقراطى ٠
- الاعلام والدعاية ٠٠٠ فى المعركة ٠

الفصل الثالث عشر

تجربة الاعلام والدعاية المصرية

فى حرب السويس عام ١٩٥٦

فى حرب عام ١٩٥٦ بين مصر من جهة واسرائيل وانجلترا وفرنسا من جهة أخرى ، حدث بعد أن أنزلت القوات البريطانية والفرنسية فى بور سعيد أن ثار الرأى العام العالمى عامة والرأى العام الفرنسى والبريطانى خاصة • وقد اتبعنا فى ذلك الوقت مبدأ اعلاميا هو : « ينتصر الشر اذا تقاعس المصلحون عن العمل ».

وكانت هناك جلسة للبرلمان الفرنسى سيتحدث فيها المسيو جى موليه ـ رئيس الوزراء الفرنسى ـ عن هذا العدوان على مصر ،وكان من المنتظر أن تكون المعارضة شديدة جدا ضده فىداخل البرلمان ، كذلك كان الكثيرون من أعضاء حزبه يعارضونه فى هذا العدوان • وأراد جى موليه أن يكسب هذه المعركة البرلمانية بكل الوسائل ، وكانت الفكرة التى اتبعها هى أنه قال ان القوات الفرنسية تقدمت من بور سعيد الى الاسماعيلية وانتصرت انتصارا باهرا ، وأن العلم الفرنسى يرفرف الآن على مبنى المركز الرئيسى لشركة القنال فى الاسماعيلية ، وهكذا استردت فرنسا شركة القنال مرة ثانية ! وقال ان فرنسا يجب أن تفخر اليوم بقواتها المسلحة التى احتلت الاسماعيلية ووضعت مصر أمام الأمر الواقع !

وهنا تعالت الهتافات بحياة فرنسا وحياة جى موليه ، وكانت جلسة كسب فيها جى موليه الجولة حتى أن أعدى أعدائه فى المجلس وقف يهنئه على حسن سياسته •

وهكذا لو بحثنا هذا الموقف على ضوء نظريتنا فى الاتصال الاعلامى والدعائى نجد أن هناك فكرة جيدة تماما اخترعها جى موليه لتحدث السلوك أو رد الفعل الذى يريده ، وفعلا أحدثت هذه الفكرة رد الفعل الذى كان يريده هو من هذه الفكرة ، فقد استخدم الفكرة الجيدة ، ولكن الخطأ الوحيد الذى وقع فيه وهو يستخدم هذه الفكرة هو أنه لم يقل الحقيقة ، اذ أن الحقيقة هىأن القوات الفرنسية

لم تدخل الاسماعيلية ، ومع أن فكرته قد أحدثت رد الفعل المطلوب منها الا أن هذا انقلب على جى موليه نفسه لأنه لم يراع الصدق فى فكرته ٠

وبقية القصة هى أن جى موليه ظن أن مصر ، وهى محاصرة بحرا وجوا ، بعيدة تماما عما دار فى قاعة البرلمان الفرنسى فيمكن أن يكسب الرأى العام ، ولكن وكالات الأنباء العالمية سارعت بارسال نص خطبة جى موليه فى البرلمان الفرنسى ، ووصلت أنباء هذه الخطبة لمصر بعد خمس دقائق من القائها فى باريس ٠

وفى مصر قامت مصلحة الاستعلامات المصرية ، التى كانت مختصة بالاعلام والدعاية ، بالرد المباشر ، وكانت الفكرة التى اتبعتها فكرة صادقة راعت فيها كل الشروط لكى تحدث التأثير والاستجابة ورد الفعل داخل المجلس البرلمانى الفرنسى ، لكشف أكاذيب جى موليه ٠ فقد كان فى مصر فى فندق سميراميس مجموعة من المراسلين الأجانب الفرنسيين والبريطانيين محجوزين فى هذا الفندق خوفا عليهم من أى انتقام قد يحدث لهم من الشعب المصرى ، خصوصا أن القنابل كانت تلقى من الطائرات البريطانية والفرنسية على جموع الشعب المصرى ٠ ولكن راعت مصلحة الاستعلامات أن تعامل هؤلاء الصحفيين الأجانب معاملة حسنة وتمدهم بالأخبار باستمرار ، وكانت العلاقات حسنة جدا بينهم وبين مصلحة الاستعلامات ، وحينما وصل نبأ أن جى موليه كذب على البرلمان الفرنسى وعلى العالم أجمع ، نبتت فكرة لدى جهاز الاعلام المصرى ، وهى أن تقوم على الفور مجموعة المراسلين الأجانب ، بما فيهم البريطانيون والفرنسيون ، ليذهبوا فورا الى الاسماعيلية ويروا بأعينهم أن المصريين ما زالوا فى المدينة وأن العلم المصرى يرفرف على مبنى شركة قناة السويس العالمية بعكس ما ادعى رئيس الوزراء الفرنسى ، وفعلا أعدت مصلحة الاستعلامات عددا من العربات نقلت هؤلاء المراسلين الأجانب الى الاسماعلية ومن هناك أرسلوا برقياتهم ، ومنها برقية أرسلها المسيو دردو — مدير الوكالة الفرنسية فى الشرق الأوسط — وكان أحد هؤلاء الصحفيين وقال المسيو دردو فى برقيته « ان جى موليه كذاب ٠٠ كذاب ٠٠ كذاب ٠٠ فقد دخلت الاسماعيلية ومعى أكثر من مائة صحفى بريطانى وفرنسى وأمريكى وغيرهم من مختلف الجنسيات ، ووضح لنا جميعا كذب جى موليه وتضليله للشعب الفرنسى وللعالم ، فقد رأيت العلم المصرى يرفرف على مبنى شركة القنال العالمية » ٠

وأرسلت مئات البرقيات من الاسماعيلية بعد ساعة ونصف من خطاب جى موليه فى المجلس البرلمانى الفرنسى ، ووصلت هذه البرقيات بأجهزة التيكرز اللاسلكية الى البرلمان الفرنسى وكان أعضاء البرلمان الفرنسى قد وقفوا الواحد بعد الآخر يشيد بسياسة جى موليه وموقفه الحاسم ونجاحه فى الاستيلاء على

قناة السويس • ولكن ما ان اطلع النواب الفرنسيون على برقية المسيو دردو ـ رئيس الوكالة الفرنسية فى الشرق الأوسط ـ والتى استهلها بأن جى موليه كذاب •• كذاب •• كذاب ، حتى اندلعت مظاهرة ضخمة فى داخل المجلس وأخذ جميع أعضاء المجلس بما فيهم أعضاء حزب جى موليه يرددون بأعلى أصواتهم أن جى موليه كذاب ، كذاب ، كذاب ، وقد حدث بعد ذلك أن فقد جى موليه ثقة المجلس والشعب الفرنسى كله لأنه اتبع فى فكرته الكذب ولم يذكر الحقيقة لشعبه ، الأمر الذى أدى الى فقد الثقة فيه ، مما اضطر جى موليه بعد ذلك أن يستقيل •

واذا نظرنا الى هذا المثال ، من ناحية نظرية الاتصال الاعلامى والدعائى من وجهه نظر جهاز الاعلام المصرى ، فانه استخدم فكرة صادقة ، وليؤكد صدقها استخدم صحفيا فرنسيا كبيرا للرد على رئيس الوزراء الفرنسى واستخدم أسلوب السرعة فى التكذيب ، فكانت أجهزة اللاسلكى هى وسيلة الاتصال ، وكان المؤثر قويا لدى جماعة مجلس البرلمان الفرنسى ، فحدثت تأثيرات على النواحى العقلية والنفسية والعاطفية ، فحدثت استجابة قوية للفكرة ، وهى اثبات أن جى موليه كذاب مخادع للشعب الفرنسى ، ونتج عن ذلك أن سلوك أو رد فعل أعضاء مجلس البرلمان الفرنسى هو أنهم رددوا نفس الألفاظ التى كانت فى الفكرة ، وهى أن جى موليه كذاب ، كذاب ، كذاب ، وكانت النتيجة أن جى موليه فقد ثقة أعضاء المجلس ثم فقد ثقة الشعب الفرنسى والعالم كله •

أولا : أفكار الدعاية والاعلام التى استخدمتها مصر

منذ اللحظة الأولى من ممارسة أعمال الدعاية والاعلام فى مصر أثناء حرب السويس ، كان تحديد الأفكار التى يجب أن تسيطر على العمل من أهم الأعمال ، بل هو فى الواقع أهم الأعمال ، لأن الوصول الى فكر واحد يقود المعركة الدعائية لا يقل أهمية عن الوصول الى قائد واحد يقود المعركة العسكرية •

ان التكتيك فى قيادة المعارك ليس عملا عشوائيا أو قائما على أسس شخصية أو فردية ، ولكنه حصيلة دراسات وعلوم وتجارب مارستها البشرية •

وهكذا كان الشأن فى معركة الدعاية المصرية عندما واجهت دعايات العدوان الثلاثى عام ١٩٥٦ •

كان الوصول الى الأفكار هو المرحلة الأولى فى التكتيك الدعائى المصرى ، وقد تركزت هذه الأفكار حول مسائل واضحة نعرضها فى هذه الصفحات •

معركة الرأى العام :

منذ تأميم قنـاة السويس فى ٢٦ يوليو ١٩٥٦ بدأت بين جهاز الاعـلام المصرى وأجهزة الاعلام المعادية معركة عنيفة · وقد اشتدت هذه المعركة وازدادت عنفا عندما بدأ العدوان الثلاثى على مصر فى مساء ٢٩ أكتوبر ١٩٥٦ ·

وقد حدد جهاز الاعلام هدفه تحديدا واضحا ·· وهو العمل المستمر لكسب الرأى العام العالمى ·

ولم يكن النظر الى هذه القواعد جامدا لا يتحرك · بل اننا نظرنا اليها على أنها أسس ودعائم علمية ونتيجة خبرات ودراسات فى فن الاعلام الذى اقترن فى عصرنا بعلوم أساسية منها **علم النفس الاعلامى وعـلم الاجتماع الاعلامى** وهما العلمان الأساسيان فى الدراسة النظرية والعملية فى مجال الاعلام ، الى جانب الدراسات الأخرى التى ترتبط بالتاريخ والجغرافيا السياسية والعلوم السياسيه والاقتصادية واللغات والآداب ، فضلا عن الدراسات المتعلقة بوسائل الاعلام ·

وكان الاتجاه الى النظرة العلمية مسيطرا على تفكيرنا ، فلم نندفع عاطفيا نحو خيالات لا أساس لها ، بينما كانت دعايات العدوان غارقة فى الانفعال الوهمى الذى حاولت عن طريقه كسب المعركة · وقد ظهر أثر ذلك فى المنشورات التى طبعتها على مطبعتها العربية فى بور سعيد ، ووجهتها الى الشعب المصرى · فقد ركزت هذه المنشورات على فكرة واحدة مؤداها أنها لم تأت الى مصر عادية أو أنها تحمل أى شر أو حقد للمصريين ، بل انها جاءت لتخليص المصريين من الأغلال التى يرسفون فيها ، وتنقذهم من قيادتهم السياسية التى تستبد بهم !

وعلى اختلاف أساليب هذه المنشورات ، فانها دارت حول هذه الأفكار التى اعتقدت أنها ستقنع المصريين ·

ووزعت هذه المنشورات فى بور سعيد التى تهدم الحى العربى فيها تهدما تاما ، والتى حملت جثث قتلاها على عربات صغيرة يجرها الأفراد بأيديهم نحو المقابر ·

ومن الواضح أنه لم يكن فى الامكان اقناع أهالى القتلى والجرحى وأصحاب البيوت المهدمة بأن الذين صنعوا بهم ذلك جاءوا لانقاذهم من خطر وهمى يدعونه ·

ولو أن الذين رسموا الخطة الدعائية لحملة « هاميليكار » كانوا يعرفون تاريخ مصر لابتعدوا عن هذا الكلام ، فان منشورات حملة نابليون بونابرت رددت

من قبلهم نفس الأفكار ، وقالت انها جاءت لتخليص المصريين من ظلم المماليك ولكن المصريين ثاروا على نابليون بونابرت وأخرجوه من بلادهم لأنهم لم يكونوا فى حاجة الى من يدافع عن حقوقهم • وليس هناك شعب من شعوب الأرض يقبل أن يدافع له الغزاة عن حقوقه لو فرضنا جدلا أنها حقوق مسلوبة •

والخطأ الذى ارتكبته الدعاية فى حملة «هاميليكار» هو أنها اعتقدت أن مصر لا زالت تعيش فى ظل الاستعمار البريطانى منذ كرومر حتى مايلز لامبسون عندما كان المندوب السامى البريطانى هو الملك غير المتوج فى قصر الدوبارة الذى يتحكم فى الملك المتوج فى قصر عابدين • ومن المعروف أن أنطونى ايدن استشار استاذه ونستون تشرشل فأشار عليه بسلوك هذا الطريق ، لأن تشرشل كان يعيش بأفكار قديمة عن مصر عندما كانت بارجة بريطانية واحدة تصل الى ميناء الاسكندرية فيستسلم كل حكام مصر للمطالب البريطانية • ولم يدرك ساسة بريطانيا أن مصر قد تغيرت تغيرا كاملا بعد ٢٣ يوليو ١٩٥٢ ، وأن شعبها استرد كل حقوقه من ظالميه بيده لا بيد الآخرين ، وان الادعاء بأن الغزاة جاءوا ليستردوا له حقوقه كان تفكيرا رسمته وزارة المستعمرات البريطانية فى القرن التاسع عشر لتخدع به الشعوب المغلوبة على أمرها ، وقد سبق أن استخدمته مع مصر عندما أرسلت برقية الى أحمد عرابى فى أثناء اشتداد صراعه مع الخديوى توفيق تحرضه فيها على استرداد حقوق الفلاحين من ظالميهم ، بينما كانت تدبر فى نفس الوقت لاستعمار مصر عن طريق مساندة توفيق والادعاء بالمحافظة على عرشه •

وهذه السياسة ذات الوجهين تعتمد فى دعايتها على عناصر الاثارة ، ولا يمكن أن تسلك الأسلوب العلمى ، لأنها لا تعتمد على المنطق بل تعتمد على استثارة العواطف ، وشراء الضمائر ، واتخاذ المواقف المفتعلة التى سرعان ما تنكشف أمام الرأى العام •

وقد فشلت دعاية حملة « هاميليكار » فى التأثير على الرأى العام المصرى والرأى العام العربى ، وانكشف أمرها أمام الرأى العام العالمى أيضا حتى داخل بلادها •

١ ـ الدعاية ضد أعمال القوات البريطانية والفرنسية فى بور سعيد :

ولقد ارتكبت القوات البريطانية والفرنسية أعمالا عنيفة ضد المصريين فى بور سعيد • وكانت هذه الأعمال والاجراءات تتضمن الكثير من الوحشية فقد قتل الكثيرون ، لذلك فقد قام جهاز الاعلام والدعاية المصرى بنشر واذاعة هذه الأعمال على الرأى العام العالمى •

ولا ننسى ما كتبه أحد الدعاة أثناء الثورة الأمريكية على الاستعمار البريطانى فى أمريكا حين قال « **لقد ذبحوا الجرحى الذين كانوا يطلبون الرحمة وأنكروا على الموتى حقهم فى أن يدفنوا ، وعذبوا الأسرى الى حد الموت جوعا ، وانتهكوا حرمة النساء ، وشوهوا المنازل الخاصة وحرموها من كل زينة وجمال**[١] » •

وكانت القوات المعتدية فى بور سعيد تقوم بأعمالها ضد الفدائيين المصريين • وقد كتب الكثيرون من رجال الصحافة البريطانية عن هذه الأعمال ، الأمر الذى نقلته الاذاعة المصرية والصحافة وبقية أجهزة الاعلام للرأى العام العالمى •

٢ ـ الاسلوب العلمى للدعاية المصرية :

اتخذت الدعاية المصرية أسلوبا علميا فى نشر فكرتها على الرأى العام فلم تأخذ برأى العلامة « مارتين » الذى قال : «**ان الدعاية هى كل مجموعات الرموز التى تؤثر فى الرأى أو العقيدة ، والعمل بالنسبة لمسائل يرى المجتمع أنها قابلة للجدل** » •

بل حاول جهاز الدعاية المصرية نشر الوقائع والآراء غير القابلة للجدل للرأى العام لأنها كلها صدق وحقيقة •

كذلك لم تأخذ برأى العلامة « تونز » الذى قال عن الدعاية : «**انها بلبلة الرأى العام على نطاق واسع بهدف نشر فكرة معينة بصرف النظر عن صدقها ودقتها** » •

لان جهاز الدعاية المصرية كان ينشر الصدق ويراعى الدقة فيما يقول •

كذلك لم تأخذ الدعاية المصرية بأساليب السيطرة على الرأى العام بدون تقديم الحجج القوية • ولذلك ابتعدت عن كل أساليب العنف للسيطرة على عقلية الجماهير ، وخالفت رأى العلامة « مارتن » الذى قال :

« ان الدعاية ـ فى الواقع ـ هى العملية التى يتكون بها الرأى العام ويسيطر عليه عن طريق الاحتكام للجانب غير العقلى من طبيعة الانسان وبطريقة تناسب مصلحة أولئك الذين يوجهون الدعاية » •

---

(١) Davidson, Philip, «Propaganda and the American Revolution 1763 - 1783», P. 120, Chapel Hill N. C/University of North Carolina Press 1941.

وفى الواقع ، اتبع جهاز الاعلام المصرى المنطق والواقعية للاقناع وليس للسيطرة ، واستخدم كل الوسائل العلمية لاقناع العقل البشرى وليس الجانب غير العقلى الذى أشار اليه العلامة « مارتن » فى تعريفه السابق للدعاية ٠

كذلك راعى جهاز الاعلام والدعاية المصرى أن يسير التعليم والدعاية فى مصر فى خط واحد ، فان الأسلوب الدعائى جعل الناس فعلا فى مصر والبلاد العربية يفكرون فيما يقال لهم من أجهزة الاعلام المصرية سواء من ناحية مواد الاعلام المصرية أو من ناحيــة ما يذيعه الأعــداء من دعاية مضادة لمصر ليتبين للمصريين وبقية العرب وجه الحقيقة ٠

فقد خالف جهاز الاعلام المصرى رأى العلامة « مارتن » الذى قال :

« ان التعليم يستهدف استقلال الرأى على حين أن الدعاية تعرض آراء جاهزة على الجمهور الذى لا يفكر ، ومن ثم فان التعليم والدعاية يتعــارضان تعارضا صريحا سواء فى الهدف أو الطريقة » ٠

فلقد كانت كتب التعليم التى تصدر فى مصر سواء قبل حرب السويس أو بعدها تسير فى خط واضح ، عن مبادىء الثورة المصرية ٠ كذلك كانت كل أجهزة الاعلام والدعاية المصرية لا تفرض رأيها قبل أن تدعو الناس للمناقشة فى الصحف والاذاعة ، فكم من آراء أبداها أصحاب الرأى والفكر فى مصر نشرت وأذيعت ٠

٣ ـ نوعية الدعاية المصرية :

يميل الكثيرون من علماء الدعاية الى تقسيم الدعاية الى دعاية أمينة ودعاية غير أمينة ٠

وقد أخذت الدعاية المصرية بهذا التعريف فجعلت الرأى العام فى مصر وفى البلاد العربية وفى كثير من بلاد العالم يدرك أن الدعاية المصرية أمينــة فى كل ما تقول بينما الدعاية المعادية لها **غير أمينة** فى كثير من الآراء التى كانت تقولها ٠

كذلك لم تعتمد الدعاية المصرية على التعريف المعروف بأن هنــاك دعاية تمارسها وسيلة واحدة من وسائل الاتصال الجماهيرى ـ مثلا دعاية صحافة أو دعاية اذاعة أو دعاية نشرات أو دعاية شائعات ـ بل ان الدعاية المصرية اعتمدت أصلا على دعاية الاذاعة نظرا لأنه لم يكن فى مصر محطات تليفزيون فى عام ١٩٥٦ ، واعتمدت بعد الاذاعة على كل وسائل الاتصال الجماهيرى ، ولكن كانت الدعاية

المصرية تعتمـد أكثر على الاذاعة بوصفهـا وسيلة سريعة لاذاعة ونشر الأفكار المصرية والرد السريع على كل الدعايات المعادية بعد ذلك ٠

كذلك اعتمدت الدعاية المصرية على الأساس العلمى للدعاية المكشوفة فلم تحاول أن تكون مستترة ، وبذلك خالفت الآراء العلمية الأخرى التى تقول ان الدعاية المستترة قد تكون أكثر واقعية ٠ وهذا القول لا يمكن أخذه على علاته ٠

والحقيقة أن السبب فيما لجأت اليه الدعاية المصرية حين حرصت على أن تكون ظاهرة وواضحة هو أن الوقت كان عاملا هاما ٠ فالدعايات البريطانيـة والفرنسية والاسرائيلية فى عام ١٩٥٦ كانت متعددة كما كانت وسائلها كثيرة ، فاختار جهاز الاعلام المصرى هذا النوع من الدعاية الواضحة ٠ وهناك أسباب راعاها جهاز الاعلام المصرى فى ذلك منها :

ان طبيعة الدعاية قد تستتر فى أول الأمر ولكنها ستنكشف فيما بعد لأن الداعية قد يعمد الى ذلك أو يضطر اليه بسبب أن الجمهور قد فطن الى حقيقته ٠

ان جمهور الدعاية يختلف فى استجابة أفراده للدعاية التى تؤثر فيهم ، فنفس العبارات فى اذاعة بالراديو مثلا قد تكون دعاية مكشوفة بالنسبة للقلة التى تقدر قيمة أصلها ومغزاها ، ولكنها تكون دعاية مستترة بالنسبة للجمهور الأكبر الذى يعتبرها مجرد عرض موضوعى للحقائق ٠

بل ان جهاز الاعلام والدعاية المصرية لجأ الى أسلوب كشف الدعاية المستترة التى استخدمتها أجهزة العـدوان الثلاثى ٠ فمثلا حينما كانت بعض الصحف اللبنانية ـ التى تستأجرها بعض دول العـدوان الثـلاثى على مصر ـ تدعى الوطنية والحرص على القومية العربية الى درجة ان احداها قالت « **ان تأميم قناة السويس هو انتحار وليس انتصارا** » ، قامت أجهزة الاعلام المصرية بمصارحة الرأى العام العربى كله بموقف هذه الجريدة وماضيها ضد ارادة العرب ٠ وكان لهذا الكشف الصريح الواضح من أجهزة الاعلام المصرية لهذه الجريدة أثر كبير فى الرأى العام العربى ، مما أثار الرأى العام فى بيروت فقامت المظاهرات ضد هذه الجريدة ٠

٤ ـ استخدام الدعاية السوداء ضد مصر :

وجدت مصر أن هناك احدى عشرة محطة سرية تعمل ضدها ، وكانت بعض الجهات الأجنبية تستخدم بعض المصريين الذين كانوا ضد ثورة مصر وخرجوا من البلاد فارين ٠ فمثلا استخدم الأعداء [illegible]

فى محطة سرية تعمل ضد ثورة مصر وأطلق على هذه المحطة اسم « اذاعة مصر الحرة » . كانت تذيع برامج بها أخبار أغلبها افتراءات وأكاذيب ·

كذلك استخدم الأعداء محطة اذاعة أخرى تسمى محطة « صوت الحق » وغيرها من المحطات ·

وكان هــــدف هذه المحطات نشر روايات كاذبة ومثيرة ونقل ما تقوله الصحافة المعادية لمصر ـ لبلبلة الأفكار فى مصر ـ بل كانت تذيع شتائم صارخة وكان جهاز الاعلام المصرى يذيع الأكاذيب التى كانت تذكرها هذه المحطات السرية ويعلن مدى الكذب فيها ، والحقائق المختلفة عن هذه الأكاذيب · وبهذه الطريقة وجد المستمع فى مصر وفى البلاد العربية أنه لا حاجة به للاستماع الى هذه المحطات الاذاعية ما دامت اذاعة القـــاهرة أو صوت العرب تذيع ما تقوله هذه المحطات الاذاعية وتذكر الحقائق التى تدمغ تلك الشائعات والافتراءات بأنها كاذبة ·

وكانت المحطات الاذاعية السرية تساعد الدعاية البيضاء المعادية لمصر التى كانت تتمثل فى بعض ما تنشره الصحف المعادية لمصر من مقالات وتعليقات ، وكان الشعب المصرى وبقية الشعوب العربية يعرف أن الذى يقوم بالانفاق على هذه المحطات السرية هو الاستعمار ، وكان هذا كافيا لعدم تصديق هذه المحطات· وكان أسلوب هذه المحطات السرية هو أسلوب التكرار المستمر ، فقد كانت تطبق مبدأ هتلر فى الدعاية الذى بينه فى كتاب « كفاحى » اذ يقول :

«ان ذكاء الجماهير محـدود وسرعة نسيانها كبيرة ، ومن ثم فان الدعاية الفعالة يجب أن تقتصر على مسائل قليلة يمكن استيعابها وهضمها بسهولة · ولما كانت الجماهير بطيئة الفهم وجب أن يقال لها الشىء ذاته ألف مرة » ·

وكان عيب هذا الأسلوب ان الجماهير العربية سواء فى مصر أو فى البلاد العربية الاخرى كان لديها معلومات مستمرة من الاذاعــة المصرية عن حقـائق الموقف · كذلك كانت الشائعات المستمرة المتكررة من هذه المحطات مملة للغاية · بل ان القائمين على هذه المحطات لم يكن لديهم أخبار حديثــة لأنهم كانوا من الفارين من مصر قبل وقت طويل ·

كذلك اتبعت هذه المحطات المبدأ الذى بينه العلامة « دنلوب » فى كتابه الذى قال فيه :

اذا كان لديك رأى تريد فرضه على الغير فعليك أن تواصل عرضه الى مالا نهاية دون توقف ·· واصل كلامك عنه أو نشره مكتوبا بانتظام واصرار » ·

لكن عيب هذا القول ان هناك فكرة واحدة استخدمتها أجهزة الاذاعات السرية وكذلك الاذاعات المعادية لمصر ، وهى شجب تأميم قناة السويس ومعارضة النظام الذى أعلن تأميم هذه الشركة · وبما أن الرأى العام العربى كله أصبح مقتنعا تماما بفكرة تأميم هذه الشركة وبأن نظام الحكم المصرى حقق لمصر جلاء القوات البريطانية عام ١٩٥٤ ، كما حقق الغاء الملكية الفاسدة عام ١٩٥٢ ، كما حقق مشروع الاصلاح الزراعى وتوزيع الأراضى على المعدمين ، فقد كان من الصعب تصديق هذه المحطات السرية أو الثقة فيها ·

كذلك استخدمت هذه المحطات الاذاعية السرية أسلوب « جوبلز » الداعية الالمانى المعروف الذى قال :

« ان الرجل العادى لا يمقت شيئا بقدر ما يمقت الكلام ذا الجانبين وان يطالب بأن يبدى رأيه فى هذا أو ذاك ، فالجماهير تفكر تفكيرا بسيطا بدائيا . انها تحب أن تستخرج فكرات عامة من المواقف المعقدة ، ومن الفكرات العامة تستخلص استنتاجات واضحة » ·

وكان عيب هذا الأسلوب ان الرأى العام فى البلاد العربية عامة وفى مصر خاصة كان يؤمن بشعارات وطنية أصبحت عقيدة ثابتة لا تتزحزح ولا يمكن تغييرها مؤداها أن الاستعمار هو سبب تأخر البلاد العربية وأن الاستعمار ضد الوحدة العربية وأنه يستخدم شعاره القديم « فرق تسد » وان الوحدة العربية هى أمل العرب جميعا ·

لذلك فان أى استنتاجات أخرى لا يمكن اطلاقا أن تقف ضد عقائد الشعب المصرى أو الشعوب العربية الأخرى · وهكذا ، نسى رجال الدعاية المعاديه لمصر مبدأ هاما فى الدعايه هو :

« على الداعية أن يوائم وسائله ومحتوى دعايته مع المشاعر الاجتماعية التى تسود الجماهير » ·

كذلك كانت هذه المحطات الاذاعية المعادية تطبق مبدأ «دنلوب» الذى قال :

« تجنب الجدل كقاعدة عامة ·· لا تسلم بأن هناك وجها آخر للموضوع ·· وفى كل بياناتك تجنب اثارة التأمل أو التفكير أو ما يتصل بذلك من آراء ··

الا ما كان منها ملائما لك .. أترك الجدل للطبقة الصغيرة من الناس التى تعتمد على العمليات المنطقية أو كوسيلة لجذب التفات أولئك الذين تتجادل معهم » .

وكان عيب هذه الوسيلة ان الرأى العام العربى كان مقتنعا بأن موضوعات هذه المحطات كلها قابلة للجدل فاذا ما قدمت هذه المحطات الاذاعية موضوعات أو نتائج على أنها غير قابلة للجدل كما يقولون فان النتيجة هى اتهام هذه المحطات الاذاعية بأنها عميلة لأعداء العرب وهذا ما حدث فعلا .

كذلك لم يكن المشرفون على هذه المحطات الاذاعية ذوى خبرة بالنواحى العلمية الخاصة بالاعلام والدعاية ، وقد يكون لديهم خبرة صحفية ولكن عملهم فى الدعاية كان جديدا عليهم ، لذلك فشلوا تماما .

كذلك وجدنا الرأى العام العربى يتمسك عاطفيا بآرائه وعقائده السائدة أشد من تمسكه أو حتى قبوله للآراء الجديدة .

فبينما كان جهاز الاعلام والدعاية المصرى يربط الهدف من دعايته بأشخاص محبوبين لهم احترامهم لأن المشاعر المؤيدة لهذه الشخصيات البارزة موجودة فعلا ومن ثم كان الأمر يتطلب من هذه الشخصيات أن تقول كلمات قليلة وفى مناسبات معينة أو أن تلقى حديثا ولو لمدة دقائق أو أن تزكى هدفا أو تنطق بشعارات عامة مطلوبة .. كان جهاز الدعاية المعادى لمصر على خلاف كل ذلك تماما ، فالهدف الذى يسعى اليه مرتبط بشخصية الاستعمار الذى عرفه وجربه وقاسى منه الشعب العربى الشىء الكثير .

لذلك فان جهاز الاعلام والدعاية المصرى ربط هدفه بالمشاعر الجماهيرية ، ومن ثم كانت استجابات هذه الجماهير متفقة تماما مع هدف الاعلام والدعاية المصرى .

٥ ــ أسلوب التدرج أو الهدف الواحد فى الدعاية المصرية :

استخدمت الدعاية المصرية أسلوب التدرج أو الهدف الواحد فى الدعاية ، فانها لم تكن تثير الا موضوعا واحدا فى مدة محددة ثم تنتقل بعد ذلك الى موضوع آخر بعد أن تكون قد حققت الهدف من الموضوع الأول .

والحقيقة ، أن هذا كان أسلوب الثورة المصرية منذ قيامها . فحينما قامت الثورة المصرية فى ٢٣ يوليو ١٩٥٢ لم تعلن انها ضد الملكية الفاسدة ولكن فى يوم ٢٦ يوليو ١٩٥٢ طردت الملك السابق فاروق .

ثم قامت بمشروع الاصلاح الزراعى وهو تحديد الملكية الزراعية بحد أقصى ٢٠٠ فدان . ثم أنقصت هذا الى ١٠٠ فدان ، والآن يبلغ الحد الأعلى ٥٠ فدانا ٠

أما فى الميدان الخارجى فقد كانت الدعاية المصرية تنادى بعودة الملك محمد الخامس ملكا على المغرب ومهاجمة استعمار فرنسا للمغرب ٠ حتى اذا ما تم ذلك بدأت بمهاجمة الاحتلال البريطانى لمصر ، وفعلا تم جلاء القوات البريطانية عام ١٩٥٤ ٠ وبدأت بعد ذلك فى مهاجمة احتلال فرنسا للجزائر حتى تم استقلال الجزائر ٠ ولا ننسى ارتباط فرنسا بشركة قناة السويس ٠ ومن ثم ، فحين قامت الدعاية المصرية بمهاجمة الشركة السابقة الأجنبية المشرفة على قنـاة السويس — وجزء كبير من رأسمالها فرنسى — كان الرأى العام المصرى بل العالم العربى كله ضد فرنسا وأعمالها ، وهكذا كنا نجد أن جهاز الاعلام والدعاية المصرى يسير باستمرار على أسلوب التدرج فى دعايته ، ويستخدم أسلوب الهدف الواحد فى وقت واحد ٠

واذا كانت الدعاية المصرية وضعت لها استراتيجية عامة تسير عليها فانها أيضا كانت تسير بتكتيكات معينة ، فان المشكلات التكتيكية التى كانت تواجه جهاز الدعاية لا بد أ ن تطوع لكى تتكيف حسب الموقف والحدود التى تفرضها الاستراتيجية ٠

ولقد قامت الدعاية المصرية بعد نزول القوات البريطانية والفرنسية فى بور سـعيد بحملة دعاية تكتيكية تسـير وفق الحملة الاستراتيجية للدعاية ٠ فقد كانت تذيع على هذه القوات عقب خطف أى جندى من جنود القوات المعتدية أنه « لا فائدة من القتال ٠٠ لقد خطف أحد الجنود ٠٠ الرأى العام العالمى كله سيجبر القوات البريطانية والفرنسية والاسرائيلية على الانسحاب ٠٠ ومعنى هذا أن هذه الحملة ستفشل ، فالأفضل للقوات المعتدية أن تنسحب ٠٠ أما الجنود فيمكنهم أن يسلموا أنفسهم للمدنيين فى بور سعيد ٠٠ واننا نعدهم بأن السلطات المصرية ستوفر لهم كل وسائل الراحة والطمأنينة ٠٠ وستذكر انها خطفتهم وأنهم يعاملون معاملة حسنة » ٠

وكانت هذه الطريقة وسيلة لاثبات أن الحملة كلها فاشلة خصوصا وقد اقترنت بأحاديث صحفية بريطانية وفرنسية وتصريحات من مسئولين بريطانيين وفرنسيين عن فشل هذه الحملة ٠

وكانت نداءات الاذاعـة المصرية باللغتـين الانجليزية والفرنسية تراعى الفوارق الطبقية بأن وضعت طرقا خاصـة لمخاطبة كل من الجنود والضباط ،

فوجهت اليهم نداءات بحسب مختلف أعمار الجنود ، كما أخذت فى الاعتبار الفوارق الشخصية على أســاس نظرية أن قدامى قادة الجيش كانوا أقل جرأة ومغامرة من الشباب المتعصب ٠

٦ ـ معركة الثقة فى أجهزة الدعاية المصرية :

راعى جهاز الدعاية المصرى أن يكسب معركة الثقة لدى الشعب المصرى والبلاد العربية وكذلك فى العالم كله ٠

فقد كانت هناك عوامل هامة لكسب هذه المعركة منها أن القوات البريطانية والفرنسية نزلت فعلا فى بور سعيد وكان هذا الخبر بالذات كفيلا حينما يعلن على الشعب المصرى أو فى البلاد العربية بأن يثبط الهمم لو أذيع من محطات اذاعة عالمية ولم يسمعه الشعب العربى من اذاعة القاهرة ، وحتى لو أذيع هذا الخبر من اذاعة القاهرة دون أن يعالج معالجة دعائية معينة ٠

فكانت هناك ثلاث طرق :

الأولى : الصمت ـ وضرر هذا كبير ، وأهم ضرر هو فقد الثقة فى أجهزة الدعاية المصرية خصوصا اذا ما أذيع الخبر من الاذاعات الأجنبية وقيل ان قائد الحامية المصرية فى ذلك الوقت قام بتسليم بور سعيد ٠

الثانية : اذاعة الخبر كما هو ـ أى يذكر نزول القوات البريطانية والفرنسية فى بور سعيد مع تسليم قائد الحامية المصرية ٠ وضرر اذاعة هذا الخبر هو هبوط الروح المعنوية المصرية خاصة والروح العربية عامة ٠

الثالثة : اذاعة الخبر بعد المعالجة الدعائية ٠ وفى هذا اليوم بالذات ـ يوم انزال القوات البريطـانية والفرنسية فى بور سعيد ـ وكان نزول هــذه القوات فى الصباح ـ تم الاتصــال ؛ عن طريق خط تليفونى ، مع مندوب مصلحة الاستعلامات المصرية فى بور سعيد ، وكان هذا الخط هو الوحيد الباقى بين بور سعيد والقــاهرة ، وسرد مندوب مصلحة الاستعلامات الخبر التالى :

« فى صباح هذا اليوم أخذت طائرات كثيرة بريطانية وفرنسية تحوم فوق بور سعيد ومطار الجميل بالذات مدة طويلة وقامت قوات الدفاع الجوى بواجباتها. ولكن عقب الظهر بدأت القوات البريطانية والفرنسية فى القاء بضع شكاير رمل

على شكل أشخاص بمظلات فى مطار الجميل ٠٠ وقد قامت قوافل مصلحة الاستعلامات وعليها ميكروفونات بحملة دعائية قوية فى شوارع بور سعيد بأن دعت قوات الشعب للمقاومة بأن تتجه وهى راكبة لوارى الى مطار الجميل لمقابلة العدو ومنعه من النزول فى المطار ٠ وقد قامت اللوارى الكثيرة محملة بالشباب المصرى المسلح وسط الأناشيد الوطنية والموسيقى العسكرية نحو مطار الجميل وحاصرته وأخذت لها مواقع فى خنادق تحيط بالمطار . ولما نزلت أول دفعة من قوات مظلات الأعداء أبادتها قوات الشعب المصرى عن آخرها ٠ واستمر العدو فى القاء قنابله الكثيرة حول المطار لمحاصرته ومنع وصول امدادات من قوات الشعب المصرى الى هذا المطار ٠ وفى الوقت نفسه استمر العدو فى انزال قوات مظلاته ٠ وفعلا نزلت قوات منها وما زال مستمرا فى انزال القوات » ٠

وجاء هذا الخبر تليفونيا فى الساعة الثانية والربع بعد الظهر وكان موعد نشرة أخبار الاذاعة المصرية هو الساعة الثانية والنصف ، وكان لا بد للشعب المصرى والعالم أن يسمع شيئا عن نزول قوات المظلات للعدو فى بور سعيد ، والا فقد الشعب المصرى والرأى العام العالمى الثقة نهائيا فى جهاز الدعاية المصرى .

وكان هذا الخبر يحتاج الى معالجة دعائية هامة ، فالقوات المحتلة نزلت الى أرض مصر وسوف يثبط هذا الخبر الروح المعنوية فى الشعب المصرى ٠

وقد تم اعداد الخبر لاذاعته على النحو التالى :

« قامت طائرات العدو فى صباح اليوم بالتحليق فوق مدينة بور سعيد وقامت قواتنا للدفاع الجوى باسقاط عدد منها ٠ وقد حاولت طائرات العدو التحليق فوق مطار الجميل محاولة اجراء عملية اسقاط بالمظلات ولكن قام الشعب المصرى المسلح فى أعداد كثيرة من اللوارى بعد أن جابت عربات بها ميكروفونات تذيع الأناشيد الوطنية والموسيقى العسكرية ونداءات للشعب المصرى المسلح للتوجه فورا الى مطار الجميل ٠ وتوجهت عشرات اللوارى محملة بالشباب وقام بمحاصرة مطار الجميل والدفاع عنه ٠ ولما حاول العدو انزال قوات مظلاته أبيدت الدفعة الأولى عن آخرها ٠ وما زالت المعركة مستمرة ٠ وما زال العدو بقوات كبيرة يحاول انشاء رأس جسر جوى فى مطار الجميل ٠٠ وما زالت قوات الشعب المصرى المسلح تقاوم ببسالة » ٠

وكانت اذاعة هذا الخبر تتضمن كل الصدق المتمثل فى أن قوات العدو تحاول النزول ، ونزل جزء منها ولكن أبيدت الدفعة الأولى ٠ كذلك تضمن الخبر

محاولة العدو اقامة رأس جسر جوى . وهكذا ذكرت الحقيقة . بل ان ما أذيع عن ابادة الدفعة الأولى وعن تجمع الشعب المصرى ومقاومة العدو ونجاحه فى محاصرة المطار أشعل حماس الشعب كله الذى أخذ يصيح فى الشوارع حول ميكروفونات الاذاعة فى الميادين العامة « الله أكبر .. الله أكبر » .

كذلك كان هناك تمهيد لعملية احتلال مطار الجميل بذكر أن هناك قوات للعدو كبيرة تحاول النزول .

ثانيا : المبـــادىء

بعد تحديد الأفكار كان لا بد من تحديد المبادىء التى تنبثق عن هـذه الأفكار .

فحين قررنا سلوك الأسلوب العلمى فى تحديد الأفكار ، وارتضينا اتخاذ الحقيقة شعارا أساسيا لكل أفكارنا مهما تكن نتائج قول الحق ، فاننا كنا نؤمن ايمانا عميقا بأن شيئا نادرا فى أعماق كل انسان شريف يجعله يصدق الحقيقة .

لم يكن هدفنا أن نخدع شعبنا أو أن نخدع الشعوب العربية . ولم يكن هدفنا أن نخدع الرأى العام العالمى ، بل كانت كل أفكارنا صافية نقية صادقة .

وهناك مثل عربى قديم يقول : « ان حبل الكذب قصير » . وهناك مثل مصرى يقول : « امش وراء الكذاب حتى باب الدار » وقد أدركنا قصر الحبل ، ومشينا وراء الكذاب حتى باب داره ، وأطلعنا قومه على أكاذيبه ، ثم نشرنا هذا كله على العالم .

ولم نكن فى هذا نمارس لعبة احترفها بعض الدعائيين ، ولكننا كنا نمارس الدفاع عن قضية حياتنا ووجودنا .

وقضايا الحياة والوجود لها فكر واحد ، هو الحقيقة .

والمبادىء التى يعتنقها أصحاب هذه القضايا هى مبادىء العدل والانصاف .

ان القصة الساذجة القديمة التى تروى عن الذئب والحمل لا زالت تتكرر فى حياة البشرية . ورغم أن أطفال المدارس فى كافة أرجاء العالم يتعلمون هذه القصة كدليل على الافتراء والظلم والكذب والخداع حتى ينشأوا نشأة صالحة فى

عالم يؤمن بالسلام ، فان الكبار من رجال السياسة يمارسونها مع أنهم تعلموها وهم أطفال صغار · ولا زلنا حتى هذه اللحظة نعيش فى وطننا تحت ظل هذه القصة ، قصة الذئب والحمل ·

ومن حسن الحظ أن الذئب العالمى لم يستطع خلال آلاف السنين أن يفتك بالحمل المصرى ، لأن هذا الحمل تعلم من كثرة التجارب كيف يستطيع النجاة بحياته ويقاوم الذئاب ·

ولعل المصريين القدماء قد أدركوا هذه الحقيقة الاسطورية فأقاموا تماثيل للكباش ، بل انهم جعلوا طريقا للكباش فى معبد الكرنك ، مع أنهم أقاموا تمثال أبى الهول كنموذج لجسد الأسد ورأس الانسان رمزا للقوة والعقل معا ·

ومع ان الانسان المعاصر يدعو دعوة دائمة الى انتصار مبادىء الحق والعدل والسلام والحرية ، فان هذه المبادىء لا زالت تتعرض لذئاب السياسة الذين يشنون الحروب ضد الشعوب المسالمة ·

ومهما يكن شأن هذه الأفكار التى جذبتنا اليها مآسى البشرية فى عصرها الحديث ، فاننا بعد أن حددنا أفكارنا حددنا مبادئنا أيضا بنفس الأسلوب ، وحكمنا عقولنا فى عواطفنا ، وجعلنا العلم هاديا لنا نحو أهدافنا ·

اننا لم نرفض التجارب البشرية ، ولم نرفض العلوم العصرية ، بل كنا دائما نفتح عقولنا لكل تجربة بشرية ، ولكل علم عصرى ·

وهناك خطأ قديم فى الفكر الأوروبى هو أنه يعتقد أن المجتمع العربى مجتمع مغلق ، مع أن علماء الغرب كتبوا كثيرا وألفوا كثيرا عن أثر الفكر العربى فى الحضارة الأوروبية · ويبدو لى ان كتابات هؤلاء العلماء المتخصصين لم تصل الى المثقف الأوروبى ، بل اعتبرت من الدراسات الأكاديمية مثل دراسة اللغة اللاتينية أو اليونانية القديمة ، وبالتالى لم تصل الى رجل الشارع . وبناء على ذلك صدرت أحكام كثيرة خاطئة على الفكر العربى ، واعتقدوا أننا نعيش فى قرون غابرة ، ولا نساير الفكر المعاصر ·

وقد لا يعلم كثيرون فى العالم الغربى أو فى الولايات المتحدة الامريكية أنه لولا وجود الجامعة المصرية فى القاهرة لما قامت الجامعة العبرية فى القدس ، فقد تأسست لجنة الجامعة العبرية فى القاهرة وكان رئيسها سلفاتور شيكوريل أحد كبار تجار اليهود ، وكان تمويلها فى الأصل مصريا · وليس هذا هو المهم بل

الأهم من ذلك هو أن مصر احتضنت كبار أساتذة هذه الجامعة العبرية ، وكان أشهرهم « اسرائيل ولفنسون » الذى تحمل مكتبة الجامعة العبرية اسمه حتى اليوم ، وقد كان تلميذا من تلاميذ جامعة القاهرة ونال الدكتوراه على يد الدكتور طه حسين فى موضوع « **اليهود فى جزيرة العرب** » ٠

ان مصر لم تحد عن مبادئها فى العطاء ٠ ولكن الذئاب ظلوا دائما يحاولون قتل الحمل الوديع على شاطىء النيل ٠

ولم يكن صعبا علينا بعد أن حددنا أفكارنا بمنطق العطاء أن نحدد مبادئنا بمنطق العطاء أيضا ٠

لقد أعطينا الحضارة ٠٠ فهل يصعب علينا أن نعطى الأفكار والمبادىء ؟

١ ـ الاقتناع :

كان نابليون يقول : « **انه لا يكفى لكى تكون عادلا أن تفعل الخير ، فلا بد أيضا من اقتناع المحكومين بذلك ، فالقوة هى التى تستند الى الرأى ٠ وما الحكومة ؟ انها لا شىء ان لم يكن الرأى العام فى صفها** » ٠

لذلك فان المبدأ الأساسى فى صيانة الجبهة الداخلية والمحافظة على سلامتها، هو أن يكون الرأى العام فى صف الحكومة وأن يكون مقتنعا بذلك ٠

وقد مر الرأى العام المصرى بتجارب عنيفة منذ مطلع العصر الحديث ، حتى قيام ثورة ٢٣ يوليو ١٩٥٢ ٠ وظل يبحث عن المبادىء التى تحقق له حريته واستقلاله ، وانهاء الاحتلال البريطانى ٠

وكان مبدأ الحزب الوطنى : « لا مفاوضة الا بعد الجلاء » قد استهوى الطبقة المثقفة المصرية ، ولكنه لم يحقق الجلاء ٠

ثم كانت ثورة ١٩١٩ التى حولت الكفاح الوطنى الى قضية يترافع فيها المحامون الكبار ، ثم دارت المفاوضات وأبرمت معاهدة ١٩٣٦ ، ولكن الاحتلال البريطانى ظل قائما ٠

وعندما قامت ثورة ٢٣ يوليو ١٩٥٢ اتخذت لنفسها مبادىء قبلها الشعب ، لانها عبرت عن اتجاهاته ٠

وأصبحت المبادىء الستة المعروفة هى مبادىء الشعب المصرى عن اقتناع كامل بها ، وهى خلاصة تجارب الشعب خلال سنوات طويلة من النضال ٠

وهذه المبادىء هى :

١ ـ القضاء على الاستعمار وأعوانه ٠

٢ ـ القضاء على الاقطاع ٠

٣ ـ القضاء على سيطرة رأس المال على الحكم ٠

٤ ـ اقامة جيش وطنى قوى ٠

٥ ـ اقامة عدالة اجتماعية ٠

٦ ـ اقامة حياة ديمقراطية سليمة ٠

وفى ظل هذه المبادىء تحقق جلاء القوات البريطانية عن منطقة قناة السويس ، فرسخت فى أعماق الشعب عقيدة مؤمنة بأن تحقيق مبادىء الثورة هو الطريق الوحيد لتحرير مصر ٠

لذلك كان اقتناع الشعب بسلامة المبادىء يعنى اقتناعه بأن نظام الحكم الجديد لا يخدعه كما خدعته نظم الحكم السابقة ٠

وقد تعرض نظام الحكم الثورى لدعايات مضادة فى الداخل والخارج ، لكن هذه الدعايات لم تستطع أن تزعزع ثقة الشعب فى حكومته ٠ فان الدعايات المضادة من الداخل كان يقودها الذين امتصوا دماء الشعب خلال سنوات طويلة ، وكانوا يدافعون عن مصالحهم المادية لا عن مصالح البلاد ، وقد انكشف أمرهم لرجل الشارع ، وعرف أنهم يهدفون الى استعادة ما فقدوه من سيطرة ونفوذ وأموال منهوبة ٠

أما الدعايات المضادة من الخارج فكانت فى جملتها دعايات استعمارية تقودها جهات أجنبية فقدت مراكزها الممتازة بعد قيام ثورة ٢٣ يوليو ١٩٥٢ ، وهذه أيضا انكشف أمرها سريعا وأدركت جماهير الشعب أن دعاياتها كلها أكاذيب مختلقة ، وأن هدفها هو استعادة المراكز التى فقدتها ٠

ولقد كان جهاز الدعاية المصرى يقوم دائما بكشف ألاعيب هذه الدعايات المضادة ، ويبين للرأى العام ما تقصد اليه ، ولم تكن هناك صعوبات فى اقناع جماهير الشعب المصرى بذلك لأنها كانت مقتنعة فعلا بما يدبره هؤلاء وهؤلاء ٠

ومنذ ٢٣ يوليو ١٩٥٢ حتى أكتوبر ١٩٥٦ كان اقتناع الشعب المصرى بنظام الحكم يزداد رسوخا ٠

وعندما أعلن تأميم قناة السويس فى ٢٦ يوليو ١٩٥٦ التهب حماس الجماهير فى شتى أنحاء البلاد بصورة لم تشهدها من قبل ، ولم يكن السبب فى ذلك هو استرداد قناة السويس من براثن القوى الاستعمارية ، ولكن السبب كان استرداد الكرامة المصرية التى امتهنت منذ عصر اسماعيل حتى عصر فاروق ٠

وبين ٢٦ يوليو و ٢٩ أكتوبر ١٩٥٦ أصبح الرأى العام المصرى فى قمة تأييده لنظام الحكم عن اقتناع لم يسبق له مثيل ٠

وعندما بدأنا نمارس عملنا الاعلامى ، كان الرأى العام مهيأ لخوض المعركة ، ولم نكن فى حاجة الى اقناعه بحقه فى الحياة ، بل كان علينا أن نقدم له دائما المواد الاعلامية التى تزيده اصرارا على هذا الحق ٠

وقد ظهر ذلك فى الأغنيات والأناشيد التى حملت ألفاظا تعبر تعبيرا مباشرا عن هذا الاصرار مثل هذه الكلمات :

دع سمائى

دع قناتى

لقد عبر الشعب مرحلة الاقتناع الى مرحلة الاصرار ، وتحقق المبدأ الأساسى الذى يجب أن يلتفت اليه رجل الاعلام فى مثل الظروف التى خضنا المعركة داخل اطارها ٠

هذا المبدأ الأساسى هو الاقتناع ٠

اننا لم نضيع وقتا فى الوصول الى هذه المرحلة ، بل ان شعبنا عبرها قبل المعركة ، ووصل الى المرحلة التالية ـ مرحلة الاصرار ٠

٢ ـ مبدأ توضيح أيديولوجية العدو :

وعت الدعاية المصرية ما قاله مونرو من « **ان القوى الهدامة التى تحتويها المشاعر والأحقاد البشرية يمكن استخدامها بأيدى أخصائيين ، وعلى نحو تتلاقى فيه مع المتفجرات المادية البحتة** » ٠

وهذا القول شرحته الدعاية المصرية على أساس أن الصهيونية هى التى تريد الحرب ويعاونها الاستعمار على ذلك ٠

اذ أن سجل الحركة الصهيونية منذ نشأتها حافل بالعنف ، وهى حركة أساسها استخدام القوة والاغتيالات الفردية والجماعية ٠ وأشهر اغتيالاتهـــا الفردية اغتيال « اللورد موين » وزير الدولة البريطانى فى القاهرة ، واغتيال الكونت « فولك برنادوت » الوسيط الدولى ٠ أما الاغتيـالات الجماعية داخل فلسطين فانها أكثر من أن تحصى ، وأشهرها القضاء على سكان قرية «دير ياسين» بالقرب من القدس حين غسل زعماء اسرائيل وعلى رأسـهم دافيد بن جوريون ومناحم بيجن أياديهم فى دماء الأطفال والنساء من أبناء هذه القرية الذين هلكوا عن آخرهم فى عام ١٩٤٨ وسـط مظاهرة صهيونية استخدمت فيهـا مكبرات الصوت للتعبير عن الفرح بسفك الدماء ٠

بل ان بنـاء المجتمع الاسرائيلى نفسه يقوم على أساس عسكرى عنيف ، ويدبر دائما للحروب ، ولا يقبل السلام ٠

ومنذ نشأة المشكلة الفلسطينية حتى الآن لم تقبل اسرائيل تنفيذ قرار من قرارات الأمم المتحدة أو مجلس الأمن ، والقرار الوحيد الذى نفذته رغم أنفها وبسبب الضغط العالمى واضطرار أمريكا الى ارغامها على تنفيذه هو الانسحاب من الأراضى المصرية بعد عدوان ١٩٥٦ ٠

ان أيديولوجيـة اسرائيل هى اسـتخدام القـوة ، والاسـتعانة بالقـوى الاستعمارية الكبرى لتنفيذ أهدافها ، وهذه الأيديولوجية تؤدى دائما الى الحروب .

وليس من الادعاء أن نقول ان الصهيونية ليست الا حركة نازية جديدة ، ولكنها تستغل مواقف الصراع بين القوى العالمية لتمارس أعمالها العدوانية ضد العرب ٠

لقد بدأنا نشرح للشعب العربى حقيقة الصهيونية وأصدرنا مجموعات من الكتب المبسطة التى كشفت القناع عن هذه الحركة لأول مرة أمام أعين الشعب العربى بطريقة علمية ٠

وبدأت الصحافة والاذاعة تسيران فى نفس الخط، وانتشرت فى العالم العربى كله حقائق كانت مجهولة عن الحركة الصهيونية ٠ ونشط الكتاب والباحثون وراحو يكشفون عن أسرار هذه الحركة ، ويعكفون على دراستها ٠

ولم يكن هدفنا أن نكشف أسرار الحركة الصهيونية ، وأيديولوجيتها للشعب العربى فحسب ، بل اننا خرجنا بالشرح والتفسير الى العالم الخارجى الذى كان يجهل حقائق الصهيونية ، والذى خدعته الحركة الصهيونية فى دعاياتها .

ولا زلت أذكر أننا أجرينا حصرا للصحافة الصهيونية فى العالم فى ذلك الوقت فوجدناها تمتد فوق القارات الخمس ، وبمختلف لغات العالم • وكانت الحركة الصهيونية تملك أكثر من خمسمائة جريدة ومجلة أو تسيطر عليها ، الى جانب محطات الاذاعة والتليفزيون وشركات السينما •

ان الصهيونية ليست قابعة فى اسرائيل ، وانما اسرائيل محطة من محطات الصهيونية كما قال تيودور هرتزل • وقد أصبحت المحطة الصغيرة مخزن بارود مليئا بالمتفجرات ، وكلما فرغت منه شحنة أسعفته القوى الاستعمارية العالمية الخاضعة للصهيونية العالمية بشحنة جديدة أشد فتكا وأحدث ابتكارا

وكان من الواضح فى عام ١٩٥٦ ان اسرائيل دبرت عدوانها على مصر بعد الاتفاق مع بريطانيا وفرنسا اللتين لم تلبثا أن تدخلتا تدخلا عسكريا سريعا كان مدبرا من قبل للانقضاض على مصر •

وكانت بريطانيا تهدف من ذلك الى القضاء على الثورة المصرية التى ألهبت العالم العربى كله وجعلته يثور على الاستعمار البريطانى ويهدد مصالحه •

وكانت فرنسا فى ذلك الوقت تحاول القضاء على ثورة الجزائر ، وأدركت أن ثورة مصر هى المنبع لثورة الجزائر وهى السند لها ، فأرادت أن تحطم ثورة مصر حتى يسهل عليها تحطيم ثورة الجزائر •

وأصبحت اسرائيل هى الوسيلة لتنفيذ المخطط أو هى مخلب القط كما أطلقنا عليها فى ذلك الوقت • واسرائيل بطبيعة تكوينها الصهيونى مستعدة دائما لتنفيذ كل مخطط يهدد السلام فى المنطقة ، ويشعل الحروب •

٣ ـ مبدأ استمرار الدعاية :

كانت الدعاية المصرية مستمرة سواء فى الزمان أو فى المكان ، بل كانت متصلة منيرة حماس الشعب طوال أزمة السويس •

وحين كانت تركد الأحداث اليومية ، كانت الدعاية المصرية تبدأ على الفور بالحديث عن رغبة الاستعمار فى احتلالنا مرة أخرى ·

٤ ـ مبدأ التبسيط والعدو الأوحد :

كانت الدعاية المصرية بسيطة فى شرحها الأحداث ، وانحصرت خطوطها الرئيسية فى نقط محددة ولكن كانت هناك صيغ مختلفة منهـا التصريحـات الرسمية والبيانات والتعليقات والبرامج والمقالات ، وهى صـور توكيدية لعدد من القضايا ، ولكن فى نص مختصر واضح ·

كذلك كان استخدام مبدأ العدو الواحد يعني تحويل العدو الى فرد محدد وكان لهذه الوسيلة هدف هام ونجاح مضمون · فمثلا ركزت الدعاية المصرية على أن أعداء العرب هم ايدن وجى موليه وبن جوريون ·

ولم تهاجم الدعاية المصرية شعوب هذه الدول بل هاجمت أخطاء سياسة هؤلاء الأشخاص الثلاثة : ايدن وجى موليه وبن جوريون · لذلك فان تركيز العملية الدعائية على ثلاثة أشخاص كان أضمن للوصول الى النجاح من مهاجمة ثلاث دول دعائيا · بل لقد وجدنا فى كل دولة من الدول الثـلاث من يهـاجم هؤلاء الأشـخاص ، وخصوصـا الأحزاب المعارضة لهم التى كانت تتلقف كل ما نذيعه لتعرضه فى الصحافة وفى الخطب · كذلك كنا نتلقف كل ما تذيعه هذه المعارضة لنعرضه على العالم على أنه آراء حرة من بلاد هذه الدول ضد العدوان الثـلاثى · وبهذه الطريقة أمكن تطمين الشعوب العربية بأن ما يواجههم هو سياسة خاطئة من هؤلاء الثلاثة ولا بد أن شعوب هذه الدول ستسقط هؤلاء ؛ وهذا ما حدث فعلا · كذلك من ناحية أخرى استطعنا أن نقسم المعسكر المعادى وأن نعزل عنه بعض العناصر ·

وقد اتبع هذا الأسلوب بنجاح أيضا حينما تعطلت الملاحة فى القناة ·· فأوضحنا أن سبب التعطيل هو أن قنابل الطائرات المعادية هى التى سببت غرق احدى السفن فى القناة ، وبذلك انقطع البترول عن الغرب فقامت المظاهرات ضد العدوان فى غرب أوروبا احتجاجا على من تسببوا فى قطع توصيل البترول اليهم . خاصة عندما كانت السيارات تجرها الدواب ، وموسم الشتاء برده قارص · كذلك وجدنا أن دول جنوب آسيا وشرقى جنوب آسيا تثور على دول العدوان وتقف ضد العدوان لانقطاع المواصلات عبر القناة وهى الشريان الحيوى لدول هذه المناطق ·

٥ ـ مبدأ التكرار :

بالنظر الى أن الشرط الهام لنجاح أى دعاية ، هو استخدام مبدأ التكرار للمواضيع الهامة بلا كلل ، ولكن بلا ملل وبلا سذاجة ، فان الدعاية المصرية كانت تستخدم قليلا من الأفكار مكررة هذه الأفكار . فالجماهير لا يمكنها أن تتذكر حتى أكثر الأفكار بساطة الا اذا تكررت عشرات المرات ولذلك لجأت الدعاية المصرية الى تكرار الأفكار ولكن بصيغ مختلفة متغيرة دون أن تمس ما تهدف الى نشره ، فقد كان التغيير يقتصر على الشكل دون المضمون .

لذلك كان استمرار الموضوع مع تغيير طريقة تقديمه هو الأسلوب الذى سارت عليه الدعاية المصرية عام ١٩٥٦ .

فالموضوع واحد ، ولكن تتناوله وسائل الدعاية المصرية مرات عديدة من زوايا مختلفة .

لذلك كانت كل أجهزة الدعاية المصرية ترتل الموضوع وتكرره فى جميع الوسائل ولكن فى صور متوافقة تتلاءم مع مختلف الجماهير . اذ كان لا بد للجماهير المختلفة من عرض مختلف لكل موضوع . وقد كان الموضوع يكتب لاذاعة القاهرة ولكن نجد صحافة سوريا أو لبنان تكتب نفس الموضوع بأسلوب يتلاءم مع عقلية شعوب كل دولة . بل وجدنا التعليقات من اذاعة القاهرة تذاع فى نفس اليوم فى الاذاعات العربية ، كما كانت اذاعة القاهرة تلخص المقالات التى ظهرت فى صحافة البلاد العربية لتذاع فى برنامج أقوال الصحف .. وهكذا كانت الاذاعات العربية والصحافة العربية كأنها سيمفونية واحدة منسجمة وهكذا انتشرت الدعاية المصرية .

٦ ـ مبدأ سياسة بالون الاختبار :

استخدمت الدعاية المصرية سياسة بالون الاختبار ، بمعنى أنها كانت تنشر رأيا معينا فى احدى الصحف اللبنانية أو احدى الصحف العربية فاذا وجدت هذه السياسة أو هذا الرأى صدى حسنا فى مصر أو فى البلاد العربية ، تقوم أجهزة الدعاية المصرية بنشره على الفور .

وحين تكون استجابة الرأى العام غير مشجعة أو عدائية أو حين تتغير الأحداث فجأة فاننا نتجه اتجاها آخر مختلفا عن الاتجاه السالف الذكر .

٧ ـ مبدأ تحويل الانتباه :

كثيرا ما لجأت الدعاية المعادية الى أسلوب سياسة تحويل الانتباه عندما كانت الدعاية المصرية تركز على الأفكار المعادية لها ٠

وكانت الدعاية المصرية تلجأ الى التذكير بالفكرة دائما وتكشف أسلوب تحويل الانتباه ٠

ذلك أن نزول القوات البريطانية والفرنسية فى بور سعيد مثلا ، صاحبته دعاية قوية فى الصحافة والاذاعة العالمية المعادية لمصر ٠

لهـذا كانت أجهزة الدعاية المصرية لا تردد ولا تذكر ما تقـولـه الدعاية الأجنبية ، بل كانت تحرص على أن تذكر وتكرر ذكر المقاومة الشـديدة التى قامت بها مدينة بور سعيد ٠٠ وصحب هذا الأسلوب فى الخارج نشر الفظائع الغير انسانية لهذا الأسلوب ٠

ثالثا : وسائل الاعلام المصرى

اذا كان الاعلام فى الظروف العـادية يحتـاج الى يقظة بالغة فى معالجة المشكلات ، ومواجهة الصعوبات ، فانه فى حرب السويس كان أكثر يقظة ، لأن خطأ واحدا كان كفيلا بأن يحطم خطة اعلامية كاملة ، ويضيع الثقة عند الشعوب والجمـاعات ٠ واذا فقـدت الثقة أصـبح الاعـلام بكافة أدواته وأجهزته عمـلا لاجدوى منه ٠

وقد قام المخطط الاعلامى الذى أعددناه على أسس ودعائم لا خلاف عليها ، وهى :

أولا : الحرص على صلابة الجبهة الداخلية ٠

ثانيا : محاولة تحطيم نفسية العدو ، وشن الحمـلات المنظمة على أفراده حتى يحدث انشقاق فى تفكيره ٠

ثالثا : كسب الرأى العام العالمى ، ومداومة الاتصـال به فى كل مناسـبة ، وذلك عن طريق اقناع القطاعات المماثلة للعدو بالقضية التى ندافع عنها

حتى لا تستمر هذه القطاعات فى موقفها وحتى يحدث تخلخل فى أفكارها على الأقل مما يؤدى الى حيادها أو اقتناعها بعدالة وصدق ما ندافع عنه ٠

كذلك لا يجوز أن نترك القطاعات الصديقة بل يجب شرح موقفنا لها وتوضيح الحقائق لها ٠

كذلك يجب الاتجاه نحو الجبهات المحايدة حتى نضمها الى جانبنا ٠

وحتى يمكن تنفيذ هذا المخطط بدقة وكفاءة يجب أن تكون أجهزة الاعلام المنفذة فى غاية الكفاءة والمقدرة وخاصة فيما يتعلق بالتوقيت ، لأن جوهر التنفيذ هو التوقيت ٠ واذا اختل التوقيت تحت ضغط أى ظرف من الظروف فان العمل الاعلامى كله يصبح عديم الجدوى ٠

فمثلا اذا كانت القضية معروضة أمام الأمم المتحدة ، وقد أعدت المواد الاعلامية التى كان يجب أن تعرض على أنظار أعضائها ، ثم تأخر وصول هذه المواد الى الأعضاء أو وصلت اليهم فى وقت لا يسمح لهم بمراجعتها فان هذه المواد يجب احراقها ٠

ان التوقيت فى العمل الاعلامى أثمن من كل شىء ٠ وهو لا يقل أهمية عن توقيت المعارك العسكرية ومسايرة خططها أثناء التنفيذ بالتعديل أو التغيير أو الاستمرار وفق ظروف المعركة ٠

لذلك فان الاعلام يسير وفق خطط محددة على النحو التالى :

اولا : خطط طويلة المدى ٠

ثانيا : خطط قصيرة المدى ٠

ثالثا : خطط وقتية ولحظية ٠

وحتى تنفذ هذه الخطط كان لا بد من انشاء جهاز الاعلام الكفء القادر على التنفيذ فى كل لحظة ، ويحتاج هذا الى جهاز فى شكل مثلث متساوى الأضلاع يضم داخله كل قدرات التنفيذ وتخرج من زواياه كل الأعمال الاعلامية فى توقيتها المحدد ٠

وهذا المثلث يضم :

١ ـ المعلومات ٠

٢ ـ الأفراد ٠

٣ ـ الأجهزة والمعدات ٠

ويمكن تنسيق هذا الجهاز التنفيذى على الوجه التالى :

اولا : المعلومات :

يجب أن يكون جهاز المعلومات كاملا ، وقادرا على أداء الخدمة فى كل لحظة . ولا يتحقق ذلك الا اذا كان محتويا على كل المعلومات المطلوبة بطريقة منظمة علميا بحيث يمكن الحصول على كل معلومة فور طلبها ٠ وليس جهاز المعلومات نوعا من الأرشيف الذى يضم قصاصات داخل ملفات ، ولكنه جهاز مفكر يستقى المعلومات من كل المصادر المتاحة ، ويمحصها ويدرسها ويجمعها من أجل الافادة منها ٠

والذكاء هـو أول شرط من شروط هـذا الجهاز ، الى جانب الدقة والمنطق العلمى فى الفهم والتنظيم ٠

ولا بد أن يكون العاملون فى جهاز المعلومات على علم كامل بمخطط العدو فى الدعاية والاعلام ، حتى تكون الصورة أمامهم واضحة ، وحتى تكون المعلومات التى يمحصونها ويصنفونها ملائمة للحرب الاعلامية ضد العدو ، لأن جهاز المعلومات ليس الا مخزنا للذخيرة التى تستخدم فى ضرب العدو ٠ فاذا كانت هذه الذخيرة غير صالحة للاستخدام الفعال أصبحت عديمة القيمة ٠

وهذا الجهاز لا يصنع الأفكار الاعلامية ولكنه يعد المواد التى يستخدمها صناع الأفكار ٠ وهو لذلك أخطر جهاز فى المثلث المتساوى الأضلاع ٠ واذا لم يحسن اعداده وتنسيقه يتعرض الجهاز التالى له وهو الأفراد أو صناع الأفكار ومنفذوها الى التعطل وعدم القدرة على العمل ٠

ثانيا : الأفراد :

ان اختيار الأفراد الذين يقومون بالعمل الاعلامى فى وقت الحرب من أشق الأمور ، لأن عنصر الوقت ـ وهو أساسى فى المعركة الاعلامية ـ لا يسمح بالتجربة ، والخبرة عن طريق الصـواب والخطأ ٠ وهؤلاء الأفراد يشبهون فرقة موسيقية تعزف لحنا واحدا ، ويجب ألا يتسلل فيه « النشاز » الى أى فرد من أفراد هذه الفرقة والا فسد اللحن كله ٠

لذلك فان تكوين هـذه الفرقة يحتاج الى براعة ودقة متناهية ، فاذا حدث خطأ من أحد أفرادها وقت الحرب وجب أن نستبدل به فورا شخصا آخر حتى لا تتعطل الفرقة عن عملها ٠

وقد حدث أثناء حرب السويس عام ١٩٥٦ ان تصرف أحد الأفراد فى البيانات المذاعة عن طريق السيارات المتنقلة بعد ضرب محطة الارسال فى أبو زعبل ، وكان الأمر يقتضى استبداله بشخص آخر فورا ، ولم يكن هذا اتهاما له ، ولكنه كان حرصا على سلامة العمل الاعلامى نفسه فى ظروف الحرب التى لا تحتمل تأجيل اتخـاذ القرارات أو اجراء التحقيقات ٠

بل انه من المبادىء العـامة فى الاعلام أن نستبدل بالأشخاص غير القادرين آخرين قادرين ، لان حساسية العمل ودقته لا تسمحان باجراء التجارب وانتظار نتائجها ٠

لذلك فان اختيار الأشخاص العاملين فى الاعلام فى وقت الحرب يتم عادة عن طريق التعرف عليهم خلال فترات عملهم الاعلامى وتقدير كفاياتهم المسبقة ٠

ثالثا : الأجهزة والمعدات :

أمام التطور العلمى الهائل فى وسائل الاعلام ، أصبح اعداد الأجهزة والمعدات ابتداء من الآلة الكاتبة حتى استديوهات السينما والتليفزيون والاذاعة والمطابع من أهم الأمور ٠

وليس من المهم أن يمتلك جهاز الاعلام كل هذه الأجهزة والمعدات المطلوبة ، ولكن المهم أن يملك السيطرة عليها وتشغيلها ، والا أفلت الزمام من يده ، وأصبح جهازا عاجزا عن آداء دوره فى المعركة ٠

وقد تكون السيطرة والقدرة على انجاز العمل محددتين بفترة زمنية مثلما حدث عندما طلبت الاستعلامات المصرية عددا كبيرا من نسخ فيلم العدوان على بور سعيد فى حرب السويس ، فاذا تم انجاز هذا العمل بالطرق العادية فقد يمضى شهر أو أكثر حتى يتم طبع النسخ المطلوبة ، وبذلك تفقد قيمتها ولا تصبح لها أهمية فى مجال الاعلام الخارجى والتأثير على الرأى العام العالمى ٠ لذلك تم

طبعها فى يوم واحد ، ولم تقف عقبات فى سبيل التنفيذ بسبب التعاون الصادق والتضحية التى بذلها الفنيون الذين طبعوا النسخ ٠

والى جانب السيطرة والقدرة على تشغيل الآلات والمعدات المنتجة للمواد الاعلامية وقت الحرب ، يجب أن يضم جهاز الاعلام نفسه أشخاصا على علم تام بكل هذه الوسائل ، وقادرين على تنفيذ ما يطلب منهم فى موعده المحدد ٠

وتختلف وسائل الاعلام من بلد الى بلد آخر ، كما تختلف حسب الظروف التى تتيح استخدامها ٠

وقد استخدم جهاز الدعاية والاعلام المصرى فى حرب السويس كل الوسائل المتاحة ، ولم يهمل وسيلة واحدة منها ٠ بل انه لم يحدث نقاش أو جدل حول الأهم والمهم كما يحدث فى بعض الأحيان حين تثور مناقشات بيزنطية حول أهمية الكلمة المكتوبة أو الكلمة المذاعة أو الصورة المرئية ٠

هذه المناقشات والمجادلات لا جدوى منها من الناحية العلمية التطبيقية ، لأن وسائل الاعلام المختلفة ليست الا آلات تعزف لحنا واحدا ، فاذا كثرت الآلات وكثر عدد العازفين فان اللحن يكون أكثر تميزا ونجاحا ٠

ان السيمفونيات العالمية يؤلفها موسيقى واحد ، وتعزفها فرقة تضم عشرات الموسيقيين بمختلف الآلات ، فالآلات الموسيقية الجديدة تنضم الى الآلات القديمة أو التقليدية عندما تعزف سيمفونيات بيتهوفن وأوبرات فاجنر ٠

وفيما يلى تصوير موجز للوسائل الاعلامية والدعائية التى استخدمناها فى أثناء حرب السويس ، ولم يكن التليفزيون من بينها لأنه لم يكن قد أنشىء بعد فى مصر ٠

١ ـ دعاية الصحافة :

اذا كان هيجل يقول : « **ان قراءة الصحيفة اليومية هى صلاة الصباح بالنسبة للرجل الحديث** » ، فان جهاز الدعاية المصرى استخدم دعاية الصحافة بطريقة علمية ٠

ولم تكن هناك عمليات اثارة فى الصحافة المصرية ؛ بل انها سلكت طريق سرد الحقائق المجردة مع تبريرها تبريرا منطقيا واقعيا ، فعندما انسحبت القوات

المصرية من سيناء وبدأت ملامح الغزو لبور سعيد تتضح ، لم تخف الصحف هذا النبأ الخطير ، بل انها نشرته وحللت عمليات الانسحاب وشبهتها بعملية « دنكرك » الشهيرة فى الحرب العالمية الثانية ٠

وكان الشعب المصرى يتابع هذه الأخبار فى ثقة تامة ، ولم يصبه الجزع أو الخوف بعد انسحاب قواته المسلحة من سيناء ، بل انه على العكس من ذلك استعد لخوض المعركة ، وحمل أفراده السلاح ٠

وعندما حدث غزو بور سعيد ، سارت الصحافة المصرية فى نفس الطريق ونشرت كل شيء ، ولم تحاول اخفاء أية حقيقة ٠

وقد قدمنا للصحافة كل التسهيلات التى تمكنها من أداء رسالتها على الوجه الأكمل ، ولم تكن فى حاجة الى توجيهات متكررة أو اصدار تعليمات ، أو حتى فرض رقابة صارمة عليها ٠ بل على العكس من ذلك تحقق الانسجام والتآلف بين جهاز الدعاية المصرى وبين صحافة مصر التى أصبحت فى لحظة واحدة خلية مخلصة وفية لمبادىء الوطن ٠

ولم نحاول اطلاقا اخفاء حقيقة واحدة عن الصحافة مهما تكن مرارة الأحداث التى مرت بنا ٠ فقد كان مبدأ الانتصار فى المعركة فوق كل مبدأ ، وكان سابقا دائما لكل تفكير أو مناقشة أو جدل ٠ أما الذين قبلوا بيع أنفسهم للعدو فقد انكشف أمرهم تماما أمام الرأى العام العربى ، ولم يلبث الشعب فى بلادهم أن نبذهم ونبذ صحفهم بسرعة فائقة ٠

وبنفس السرعة حدث الانسجام التلقائى بين الصحافة العربية فى غالبيتها وبين المبادىء والأفكار التى اعتنقها جهاز الدعاية المصرى ٠

وفى هذا الجو المتآلف لم تحدث أخطاء ، بل كان كل صحفى رقيبا على نفسه ٠ ولم يحدث مرة واحدة أن حاول أحد الصحفيين مناقشة الأخطاء ، ولا شك فى أن بعض الأخطاء قد وقعت كما يحدث دائما من البشر ٠ بل ان التفكير العام للصحافة المصرية ارتفع فوق مستوى هذه المناقشة التى لا يجوز أن تحدث فى وقت الشدة ٠ ولم يكن هذا بسبب وجود الرقابة على الصحافة لأن العمل الصحفى يملك من الوسائل والحيل ما ينطلى على الرقباء ، وفى استطاعة الصحافة ، متى شاءت ، أن تنشر بعض الأخبار التى تختفى بين السطور ما يبلبل الرأى العام ٠

وقد حدث فى بريطانيا فى أثناء الحرب العالمية الثانية أن حاولت بعض الصحف الدخول فى جدل ومناقشات حول الحرب ، مما اضطر المستر تشرشل الى التدخل السريع لوقف هذه المناقشات حرصا على سلامة الدولة ، ومنعا لانهيار الجبهة الداخلية . وقد قال تشرشل فى أثناء الحرب العالمية الثانية عقب توليه الحكم وكان يعارض من قبل بشدة المستر تشمبرلين لتهاونه فى التسليح : « اننا اذا حاكمنا الماضى فسيضيع منا المستقبل » .

ولكننا لم نكن فى حاجة الى تدخل مثل ذلك التدخل الذى مارسه المستر ونستون تشرشل .

لقد وضعنا كل الأخبار والصور تحت يد الصحافة ، بل اننا وضعنا جبهة القتال نفسها تحت أنظار الصحفيين الذين مارسوا عملهم فى بور سعيد والسويس والاسماعيلية .

ومن أجل تسهيل مهمة الصحافة ، قضينا على كل العقبات الروتينية ، واستطعنا تجنيد كل الأجهزة للعمل بسرعة وبغير توقف لتمكين الصحفيين من عملهم .

وقد يجادل بعض الناس اليوم فى قيمة هذه التسهيلات الاجرائية ولكن الذى لا شك فيه أن المعاونات المادية للصحافة — رغم ضآلة قيمتها بالنسبة للعمل بنفسه — تعتبر هامة ومساعدة لانجاح العمل ، حتى لو كانت تتمثل فى تدبير مبيت أحد الصحفيين فى فندق .

كان الطريق من القاهرة الى السويس والاسماعيلية وبور سعيد مفتوحا أمام الصحفيين فى كل لحظة ، وكانت الاتصالات التليفونية مستمرة بينهم وبين دور الصحف .

ولم يقف نشاطهم عند نقل الأخبار التى يصلون اليها بأنفسهم ، بل كانوا يحصلون على قصص المقاومة ضد الغزاة من أفواه الناس ، وكانوا يحصلون على الصور الفوتوغرافية بوسائلهم الخاصة .

اننا لم نعتقد اطلاقا أن نشر صور الدمار الذى لحق ببور سعيد سيهدد معنوية الشعب المصرى ، أو يضعف مقاومته ، بل اعتقدنا أن الشعب الذى يرى كل شيء على صفحات جرائده ، ويعرف منها الحقائق ، أقدر على الاستعداد لخوض المعارك .

ورجل الشارع فى نضاله من أجل الحرية مثل الجندى فى جبهة القتال ومن المبادىء المقررة فى حياة الجنود أنهم يصبحون أكثر قدرة وأكثر تضحية داخل ميادين المعارك ووسط مشاهد الموت الرهيب ، وهكذا الشعوب تصبح أكثر قدرة وأكثر تضحية حين تشترك فى المصير الواحد الذى يتعرض له أبناء الوطن .

ولم يكن كل جهدنا منصرفا الى الصحافة المصرية ، بل اننا وجهنا جهدا أكبر نحو الصحافة العربيـة والصحافة الأجنبية . وكان مراسـلو الصحافة العربية والأجنبية على صلة دائمة بجهاز الاعلام المصرى ، وقد وجدوا منه السند الأول فى عملهم الصحفى أو فى أعمـالهم المتصلة بالصحافـة كالاذاعـة والتليفزيون والسينما .

وقد وجدنا بعض المراسلين الذين جاءوا بآراء مسبقة ، وأفكار مضادة ، وهذا وضع طبيعى لم يزعجنا، لأن أجهزة الدعايات المضادة لا بد لها من استخدام بعض الأفراد لخدمة أغراضها . ورغم خطورة هؤلاء الأفراد فاننا تركنا لهم الحرية الكاملة فى مشاهدة كل شىء ، ولم نتخذ الاجراءات التى تتبعها كل الدول وقت الحرب ضد أحد منهم الا فى حالات قليلة جدا تجاوز فيها هؤلاء الأفراد حدودهم .

لقد كان هدفنا الأول هو اقناع كل الصحفيين حتى المعارضين لنا بصحة قضيتنا ، وحقنا الواضح فى الدفاع عن أرضنا التى نزل فوقها الغزاة تحت ستار حجج واهية . وكان اكتساب صحفى معارض الى حقنا يعتبر عملا عظيما وناجحا .

ومهما يكن فان معاملة جهـاز الاعلام المصرى للصحفيين العرب والأجانب كان على قدم المساواة بلا تفرقة تحت ضغط أى ظرف من الظروف .

ولقد حقق هذا المبدأ نجاحا هاما وخطيرا عندما كتب هؤلاء الصحفيون الأجانب وثيقة تاريخية دمغوا فيها العدوان . فقد حدث بعد صدور قرار مجلس الأمن بوجوب انسحاب القوات المعتدية من أرض مصر ، أن بدأ مكتب الأمم المتحدة فى القاهرة يمارس سلطاته الدولية . وطلب الصحفيون الأجانب زيارة بور سعيد تحت علم الأمم المتحـدة ، وكانت قـوات الطوارىء التابعة للأمم المتحـدة قـد بدأت تنشط لتنفيذ قرار مجلس الأمن واتخذت لها مقرا صغيرا فى قرية البلاح بالقرب من بور سـعيد . وطلبنا من مكتب الأمم المتحـدة الموافقة على دخول الصـحفيين الى بور سـعيد للتأكد بأنفسهم مما أصابها من دمار وخراب بعد العدوان ، ووافق هذا المكتب على ما طلبناه وأعدت بطاقات خاصة لهذا الغرض ، وتسلم كل صحفى بطاقته وعليها صورته .

ثم تحركت السيارات من القاهرة الى الاسماعيلية استعدادا لدخول بور سعيد ، ونزل الصحفيون فى غرف الفندقين الوحيدين فى المدينة . وكانوا صحفيين من مختلف الجنسيات وفيهم ممثلون لصحافة بريطانيا وفرنسا الدولتين اللتين اشتركتا فى العدوان .

وحدثت المفاجأة المذهلة .... فقد رفضت قوات العدوان فى بور سعيد دخول الصحفيين الى بور سعيد .

وفى المساء تحت ضوء شموع خافتة اجتمع ممثلو الصحافة العالمية فى فندق الاسماعيلية ، واتخذوا قرارا خطيرا هو الاحتجاج على قيادة قوات العدوان التى رفضت دخولهم الى بور سعيد ، وأذيع الاحتجاج فى نفس الليلة فى كافة أنحاء العالم ، وتناقلته الصحافة العالمية .

ولم تغفل عيوننا عن الصحافة الأجنبية المؤيدة والمعارضة ، فكانت نسخها تحت أيدينا دائما . وكنا نحلل ما تكتبه من مقالات وما تنشره من أخبار . وكانت وكالات الأنباء أسبق من الصحافة فى تعريفنا بهذه المقالات والأخبار .

وقد ظهر أثر خطتنا العلمية فى الصحافة العالمية المنصفة فتبنت وجهة نظرنا ، وشاركتنا فى الدفاع عن حقنا . وكان سبب ذلك أننا اتخذنا مبدأ لا نحيد عنه ، هو اظهار الحقائق والبعد عن الكذب .

وبينما كان العدو يكذب ويكذب ويشوه الحقائق ، كان جهاز الدعايه المصرى يقدم الأخبار الصادقة والصور الفوتوغرافية للصحافة العالمية لتقف على حقيقة العدوان .

ولم نكتف بذلك ، بل اننا قدمنا عملين أساسيين أحدهما له صفة صحفية ، والآخر له صفة علمية تاريخية .

وكان العمل الصحفى الذى قدمناه هو مجموعات من المجلات المصورة نشرت بلغات مختلفة منها الانجليزية والفرنسية والألمانية والاسبانية ، وكانت هذه المجلات تحوى صورا فظيعة عن العدوان التقطت من داخل بور سعيد .

أما العمل الآخر فكان مجموعات من الكتب المطبوعة نشرت بلغات مختلفة أيضا ، وكانت تضم وثائق تاريخية عن قناة السويس ، وكلها تؤكد حق مصر الواضح فى ملكية القناة وفى تأميمها . واعتبرت هذه المجموعات من المواد

الأساسية فى العمل الصحفى فى ذلك الوقت · ولست أشك فى أن هذا الأسلوب العملى فى مخاطبة الصحافة كان من أنجح الأساليب التى سلكناها ·

وقد تحققت هذه الأعمال كلها فى توقيت محدد ومضبوط ، وتمت بسرعة فائقة وسط ظروف بالغة الصعوبة ، ولكن الارادة تغلبت على كل الظروف ، وطبعت هذه المجلات والكتب فى الوقت الذى حددناه لها ، وحملتها الطائرات الى كافة أرجاء العالم فى الوقت الذى حددناه أيضا رغم اغلاق خط الطيران الشمالى المتجه الى أوروبا ، فقد استخدمنا الخط الجنوبى المتجه الى السودان ·

ولم نقف عند حد الاعطاء فى عملنا الاعلامى ، بل اننا تابعنا أصداء دعايتنا فى العالم الخارجى ، وأخذنا منها مادة غزيرة للصحافة المصرية والصحافة العربية على حد سواء · فكانت المظاهرات التى قامت فى لندن احتجاجا على العدوان ـ على سبيل المثال ـ مادة صحفية دسمة أبرزتها الصحافة المحلية والصحافة العربية مع الصور الفوتوغرافية ·

وكان اضراب العمال العرب احتجاجا على العدوان ، وتدمير أنابيب البترول فى سوريا ، وتأييد الشعوب لقضيتنا فى بلاد كثيرة من أهم المواد الصحفية المستخدمة فى الصحافة على مستواها المحلى ومستواها العربى والعالمى·

ومن المعروف عند الاعلاميين أن استخدام الصحافة هو أشق الأعمال الدعائية لأنها جهاز يصعب التحكم فيه بسبب تعدد العاملين داخله وتعدد اتجاهاتهم وأفكارهم ونزعاتهم · ومع التسليم بأن كثيرا من الصحف ذات ميول واضحة ، فان هذه الميول قد تفقد تماما بسبب نشر خبر أو تعليق صغير لا يخدش ميول الصحيفة ، ولكنه يعارض أو يشكك فى القضية التى نحارب من أجلها ·

وقد يؤيد صحفى ما موقفنا من صد العدوان ، ولكنه يدعو الى تدويل قناة السويس ، وبذلك نفقد أساس القضية وهو حقنا الكامل فى القناة وفى تخصيصها للملاحة الدولية بعد تدويلها ·

وتحت ستار أفكار السلام وتجنب الحروب وهى أفكار براقة ، تصبح الدعوة الى التدويل مقبولة عند الكثيرين ممن لا يتعبون أنفسهم فى محاولة تفهم القضية الأساسية ·

لذلك فان الصحافة سلاح خطير ، وهو سلاح ذو حدين ، حد معك وحد عليك ، كما أنهـا من أخطر العوامل المؤثرة فى كل أجهزة الاعـلام من اذاعـة

وتليفزيون وسينما لأنها باعتبارها صاحبة الكلمة المكتوبة والمطبوعـة تعتبر الركيزة الأولى لوسائل الاعلام الاخرى التى تأخذ عنها ، وتنقل منها ، وتتأثر بهـا ٠

وأمام هذه الحقيقة كان اهتمامنا بالصحافة بالغا ، فلم نغمض عيوننا عما تنشره ، ولم نتهاون فى تقدير خطورتها ٠

وكان من أهم الأعمال التى التفتنا اليها البحث عن الدعاة المخلصين ٠

وقد اسـتخدم جهاز الدعاية المصرى دعاة مخلصين مؤمنين بقضيتهم فى مجالات الصحافة العربية كلها ، باعتبار أن العدوان على مصر انما هو عدوان على الشعب العربى كله ٠

وعلى النقيض من ذلك استخدمت أجهزة الاعلام والدعاية لدول العدوان الثلاثى دعاة من المشكوك فى أمرهم ، فوجدنا أن القوات المعتدية قد اشترت بعض العملاء فى لبنان من أصحاب ومحررى الصحف اللبنانية ليهاجموا الاجراءات المصرية ٠ ولمـا كان هؤلاء المحررون معروفين للرأى العـام العربى ، فان كل ما كانوا يقولونه أو يذيعونه كان موضع شك وريبة ٠

وينظر الجمهور عادة الى رجال الدعاية المحترفين على أنهم أفراد غير مخلصين يبيعون أنفسهم فى مقابل ربح يصلون اليه عن طريق الدعاية ٠

ويحكى فى لبنان أن أحد الصحفيين اللبنانيين كتب مقالا عن ذكرياته حينما دخلت القوات الفرنسية الى لبنان وأثناء احتلالها له بعد الحرب العالمية الأولى فقال :

« حينما دخلت القوات الفرنسية الى بيروت ، طلبت منى أن أذهب الى احـدى القرى اللبنـانية لاقناع أهلهـا بأن الفرنسـيين يريدون الخير للشعب اللبنانى ، وليس الضرر به ٠٠ » ، وقدم الحاكم الفرنسى له حقيبة بها حوالى مائة ألف ليرة لبنانيـة ليقوم بتوزيعها على أهالى هـذه القرية لاقناعهم بالاحتـلال الفرنسى ٠

وأخذ هـذا الصحفى يسرد على احدى صفحات جريدة بيروتيـة ذكرياته قائلا :

« أخذت هذه الحقيبة المملوءة بالالآف من النقود ، ووضعتها فى سـيارة ركبتهـا الى هذه القرية ، وفى أثنـاء ذهابى قلت لنفسى ٠٠ كيف أقنع هؤلاء

اللبنانيين من أهل وطني بالاحتلال الفرنسي وأنا غير مقتنع ؟ ، فلا بد أن أقتنع أولا ٠٠ ثم تناولت عشرة آلاف ليرة من الحقيبة التى أعطاها لى الحاكم الفرنسى ووضعتها في حقيبتى الخاصة لعلى أقتنع أولا بالاحتلال الفرنسى ٠٠ ولكن الوطنية غالية ، لذلك وجدت بعد أن أخذت العشرة آلاف ليرة أننى لم أقتنع ٠٠ ثم أخذت عشرة آلاف ليرة أخرى لعلى أقتنع ولكنى لم أقتنع ٠٠ حتى اذا ما وصلت الى هذه القرية اللبنانية لأقنع أهلها ٠٠ كانت جميع الآلاف من الليرات قد انتقلت الى حقيبتى الخاصة ٠٠ ولم أقتنع ٠٠ » ٠

حقا ٠٠٠ ان الوطنية غالية ؟!!

٢ ـ استخدام وسيلة الكتاب المبسط :

استخدمت الدعاية المصرية الكتاب المبسط فى شرح الأحداث السياسية الهامة حتى يمكن للشعب أن يعرف الأحداث السياسية ٠

والكتاب السياسى يختلف فى تأثيره عن المقال السياسى ٠ فان المقالات السياسية مهما بلغت أهميتها ينساها القارىء بمجرد القاء الجريدة من يده ٠ وقليلون من القراء من يحتفظون بنسخة الصحيفة أو قصاصات منها ٠ لذلك يسلك بعض مشاهير كتاب السياسة طريقة تجميع مقالاتهم فى كتب احتفاظا بها ٠

لذلك فاننا بادرنا باصدار مجموعات من الكتب المبسطة التى اشتهرت في أنحاء الوطن العربى ، وقد خضعت هذه المجموعات لفكر سياسى واحد ، وتناولت موضوعات مختلفة كانت هي موضوعات الساعة التى تهم القارىء العربي ويريد أن يعرف كل شيء عنها ٠

وميزة الكتاب المبسط أنه يستطيع استيفاء الموضوع استيفاء كاملا على النقيض من المقال السياسى الذى يتناول جوانب من الموضوع ، ولا يستطيع بحكم المساحة المحدودة فى الجريدة أو المجلة أن يلقى كل الأضواء على الموضوع الواحد ٠

وهناك ناحية أخرى هامة وهى أن طريقة معالجة الموضوع السياسى فى الكتاب تختلف عن طريقة معالجته فى المقال ، حتى عند الكاتب الواحد ، لأن الاستعداد الذهنى لكتابة المقال يختلف عن الاستعداد الذهنى لكتابة الكتاب ٠

وقد اضطررنا أكثر من مرة الى اعادة طبع الكتب التى نفدت من الأسواق بمجرد صدورها ٠

وكانت خطتنا دقيقة الى أبعد حد ، فقد حددنا مواعيد ثابتة لصدور هذه المجموعات من الكتب المبسطة ، ولم تختل هذه المواعيد اطلاقا رغم أن الموضوعات كانت « ساخنة » كما كانت تحتاج الى دقة وسرعة فائقة لتحريرها واصدارها ٠

وقد وصلت أهمية بعض الكتب الى درجة أن وكالات الأنباء العالمية كانت تتحدث عن موضوعاتها ، وهذا عمل فريد فى مجالات الاعلام ٠

ولما كانت دعايات حملة « هاميليكار » قد استخدمت الكتاب فقد كان من المحتم أن نواجه هذه الدعاية سريعا ، لذلك تضمنت بعض الكتب المبسطة التى أصدرناها توضيحا أو تفنيدا لبعض الأكاذيب التى نشرت فى هذه الكتب التى صدرت بالانجليزية أو الفرنسية أو الألمانية وترجم بعضها الى العربية وطبع فى بيروت ٠

كما أننا ترجمنا بعض الكتب المنصفة التى تؤيدنا ونشرناها فى مجموعة كتبنا المبسطة ٠

والواقع انه ليس من الصواب تجاهل ما ينشره الأعداء ، بل ان العمل الاعلامى الناجح لا بد له من المواجهة ، لذلك فانه عندما صدر كتاب (١٠٠ ساعة الى السويس) أصدرنا كتابا ينقضه اسمه (١٠٠ ساعة فى الوحل) وفى نفس الأسبوع الذى صدر فيه الكتاب الذى أصدرته الدعاية الاسرائيلية فى محاولة لتمجيد اسرائيل ٠

ولم يستخدم الكتاب المبسط فى نقض الدعايات المعادية فقط ، بل كان يستخدم أصلا فى بيان القضايا التى ندافع عنها ويصل الى جذور المشكلات التى نواجهها ٠ وقد اشترك فى تأليف هذه المجموعات من الكتب كثيرون من الساسة والمتخصصين وكتاب السياسة ورجال الفكر ، وقدموا كتابات هامة استطاعت توضيح الفكر السياسى العربى الحديث توضيحا كافيا ، ونقلت الجماهير العربية من منطقة الضباب الى منطقة الضوء بحيث تكون رأى عام عربى يعرف معظم مشكلاته فى مواجهة الاستعمار والصهيونية ٠

ان الاخلاص الذى عبر عنه هؤلاء الكتاب على مختلف مستوياتهم الفكرية كان عملا عظيما أنشأ لأول مرة فى حياة الفكر العربى شيئا اسـمه « المكتبة السياسية » ، وأشرك رجل الشارع فى كل البلاد العربية اشراكا علميا مدروسا فى مشكلاته ومشكلات وطنه وجعل تفكيره يسـيطر على عواطفه وعقله يتحكم فى مشاعره ٠

٣ ـ الاذاعـــة :

لعبت الاذاعة دورا كبيرا فى المعركة • فبالنظر الى أن صـوت الانسـان يكسب الحجة حياة ويقوى العقيدة ويزيد من حماس الجماهير ويقنعهـا بالحجة والمنطق ، فقد لعبت الاذاعة دورا هاما فى المعركة • وبالنظر الى أن سرعة الرد على الأعداء ، وتلهف الشعب لمعرفة أخبار بلادهم وماذا يجرى فى العالم مسألة هامة فقد قامت الاذاعة بدورها وكسبت معركة الثقة •

٤ ـ الاستماع الجماعى :

كذلك تم تدبير نظام للاستماع الجماعى فى الميادين المختلفة ، بالنظر الى أنه فى أوساط الجماهير يتغلب العقل الجماعى على العقل الفردى ويزداد انطلاق الجماهير للدفاع عن وطنها •

٥ ـ الاذاعات الموجهة :

فى حرب الكلمة تلعب الاذاعة الموجهة دورا خطيرا •

لذلك استخدمنا الاذاعات الموجهة بلغات متعددة لتعبر عن وجهة نظرنا فى المعركة الدائرة على موجات الأثير •

وكان استخدامنا للميكروفون معبرا عن فكرتنا العامة ، فلم نسلك طريق التهويل والاثارة ، بل اتبعنا فى اذاعاتنا الموجهة نفس الأسلوب الذى أصررنا عليه منـذ البداية ، رغم العنف الذى استخدمته الاذاعات الموجهة ضـدنا ، والتى وصلت الى حد السباب ، مما سبق أن أوضحناه عند حديثنا عن الدعاية السوداء التى استخدمت ضد مصر •

وقد نمت الاذاعات الموجهة المصرية فى تلك الفترة نموا عظيما ، وبدأت تأخذ مكانها بين الاذاعات العالمية حتى وصلت الى مستواها الذى جعلها ـ فى رأى بعض خبراء الاذاعة الدوليين ـ من أوائل المحطات الاذاعية العالمية التى تقارن باذاعة لندن وموسكو •

٦ ـ قوافل الاستعلامات :

عندما أصيبت محطة الارسال فى أبو زعبل بالقنابل فى محاولة لاسكات صوت اذاعات القاهرة ، قامت قوافل الاستعلامات بدور الاذاعة فورا • وانتشرت

هذه السيارات التى تحمل أجهزة الاذاعة فى كافة أحياء القاهرة والمدن الكبرى والقرى تذيع على الناس نشرات الأخبار والتعليقات والأغانى والأناشيد ٠

وقد استخدم هذا التعويض السريع بطريقة فعالة حتى تم اصلاح أجهزة محطات الارسال ٠ وبهذه الطريقة لم تشعر جماهير الشعب المصرى بفقدان اذاعتها خلال الساعات التى تم فيها اصلاح الخلل ٠

وكانت قوافل الاستعلامات تحوى اسطوانات وأناشيد حماسية تستلفت سمع الناس فى كل حى ٠

وكان هناك عدد من الخطباء يقدمون عرضا فى الميكروفون عن أهم الأحداث، وتمتاز هذه الطريقة بأنها تصل بالدعاية الى جماهير الناس الذين لا يشهدون الاجتماعات العامة ، وهى تصل اليهم فى أماكن سكناهم أو حوانيتهم ومقاهيهم ٠

وقد يكون من الطريف أن أذكر أن القوات المعتدية فى بور سعيد استولت على سيارة الاستعلامات واعتبرتها من الغنائم وبذلك قضت على وسيلة هامة من وسائل الدعاية داخل بور سعيد ٠

٧ - الميكروفونات فى الشوارع :

وحتى تصبح الاذاعة فى متناول الشعب دائما ، وفى روحاته وغدواته ، وضعنا الميكروفونات فى الشوارع ، ولم يعد الرجل العادى فى حاجة الى انتظار نشرة أخبار تالية فى الوقت الذى يستطيع فيه الوصول الى بيته أو مقهاه لسماع الراديو ٠

وبهذه الطريقة تمكنت جماهير الشعب من متابعة الأحداث متابعة سريعة ، بحيث لا يفوتها شىء منها فى أى وقت من الأوقات ٠

وقد وضعت هذه الميكروفونات بطريقة علمية بحيث يتمكن المرء أثناء سيره فى الشارع من الاستماع الى كل ما يذاع دون أن يتوقف ٠

٨ - استخدام الأغنية والأناشيد الوطنية :

عندما يكتب تاريخ الأغنية الوطنية والنشيد الوطنى فى مصر ستحتل أغانى وأناشيد ١٩٥٦ مساحة واسعة من هذا التاريخ ٠

لقد استجاب المؤلفون والملحنون والمغنون سريعا للأحداث ، وتحولت كلمات الكفاح الى أغنيات حماسية رددتها الجماهير ٠

وكان أثر هذه الأغنيات والأناشيد عظيما فى اثارة حماس الناس وجمع شملهم فى العالم العربى كله ٠

وقد قدم جهاز الاعلام المصرى كل معونة للفنانين الذين أعدوا هذه الأغانى، التى استخدمت فى الاذاعة وقوافل الاستعلامات وانتشرت فى اذاعات العالم العربى انتشارا سريعا ٠

وعندما كانت الشعارات السياسية تقول : « سنحارب » تحول هذا الشعار الى نشيد حماسي ملأ سماء البلاد العربية كلها ٠

وتلاحقت الأغانى كل يوم ، وانتشرت وذاعت بين الجماهير وتنوعت أشكالها ، فكان منها ما يروى قصة الاستعمار ، ومنها ما يثير العاطفة الدينية ، ومنها ما يحرض على القتال ، ومنها ما يدعو الى الدفاع عن الحق الذى تريد أن تسلبه قوى العدوان ٠

٩ ـ استخدام السينما كوسيلة :

كانت السينما من أهم الوسائل التى استخدمناها فى المعركة وقد أعددنا فيلما على مستوى عالمى من الناحية الدعائية هو فيلم « العدوان على بور سعيد » الذى التقط داخل بور سعيد ليكشف عن الدمار الذى أصاب المدينة ٠

ومهما تكن القيمة الفنية لهذا الفيلم فانه وثيقة من وثائق التاريخ ٠ فقد أعلن المستر أنطونى ايدن فى مجلس العموم البريطانى أن قوات العدوان لم تصب بور سعيد بأذى ، وأنه لم تحدث خسائر فى المدينة ، ولم نلبث أن أرسلنا نسخ هذا الفيلم الى جميع أنحاء العالم ، وعرض فى لندن ، فكان عرضه تكذيبا بغير كلام لما قاله رئيس الوزراء البريطانى ، ولما أذاعته الدعايات من أن بور سعيد لم يحدث فيها شىء ولم يصبها شىء ٠

ولا زلت أذكر حتى الآن كيف استطعنا الحصول على نسخة هذا الفيلم السلبية والمعارك دائرة داخل بور سعيد ، ونيران الأسطول لا زالت مشتعلة فى البيوت والمصانع والمساجد ٠ ثم كان العمل الرائع التالى وهو طبع عشرات النسخ

من هذا الفيلم فى وقت قصير حيث جند الفنيون فى « استوديو مصر » أنفسهم لطبع هذه النسخة خلال يوم واحد وسلموها عندما طلعت الشمس فى اليوم التالى وحملتها الطائرات الى كل مكان ٠

كما استخدمنا بعض الأناشيد الوطنية فى اعداد أفلام سينمائية ، كان أهمها فيلم « الله أكبر » الذى تحولت كلماته الحماسية الى صور ناطقة تتردد مع أنغام النشيد ٠

وتم اعداد فيلم آخر عن معارك سيناء ، وصور تصويرا كاملا ، وشرح شرحا وافيا نال انتباه الجماهير ٠ وهكذا ثبت أن الأسلوب العلمى فى عرض الموضوعات السياسية من الأساليب المؤثرة التى تجعل العمل السينمائى يقوم برسالة الاعلام والتعليم معا ٠

والواقع أن استخدام الفيلم التسجيلى فى تلك الفترة وضع أساسا للفيلم التسجيلى العربى ، ولفت الأنظار الى القيمة الاعلامية لهذا الفن الهام الذى يصل الى الجماهير فى كل المستويات ويملك من التأثير والاقناع وسيلتى السمع والبصر معا ٠

١٠ ـ استخدام وسيلة اعلان الحائط والمنشورات :

كانت هناك اعلانات الحائط الكثيرة والمنشورات التى كتبت بطريقة مختصرة وملفتة للأنظار فى كل المصانع والمدارس والأحياء ٠

ونظرا لأن المنشور سهل الحمل ويتم تداوله بسهولة فقد كانت هناك آلاف المنشورات التى وزعت فى كل مكان ٠

لكن كانت أغلب المشاكل وأعوصها تتلخص فى شعار يعلن كل المعانى ٠

واذا كانت الشعارات لكثير من الدول لها معنى أيديولوجى معين مثل « الارض والسلام » فى الاتحاد السوفييتى أو « شعب واحد ٠٠ رايخ واحد ٠٠ فوهرر واحد ٠٠ » فانه فى بلاد العرب ، رفع شعار « **أمة عربية واحدة ٠٠ شعب عربى واحد** » ٠

لذلك كان كل عربى من المحيط الأطلنطى الى الخليج العربى يؤمن بأن العدوان على مصر هو عدوان على بلاد العرب جميعا ٠

١١ ـ استخدام الصور الفوتوغرافية :

كانت الصور الفوتوغرافية خير ما يعبر عن الحالة التى كانت عليها بور سعيد ، لذلك فان الصور الضخمة التى أعددناها ، وكانت تبين تدمير الكنائس والمساجد كان لها أكبر الأثر فى الرأى العام العالمى ٠

ولم تكن هناك لغة أبلغ من لغة الصور التى تبين فظائع العدوان سواء صور الجرحى فى المستشفيات وخاصة صور الأطفال والنساء والشيوخ وهم راقدون على أسرة المستشفيات أو صورة الأم وبين يديها وليدها الصغير وخلفها منزلها المتهدم ٠

وقد أعددنا ألبومات من هذه الصور أرسلناها الى رؤساء الدول فى شتى أنحاء العالم ، والى أعضاء الأمم المتحدة ومجلس الأمن ، وبعض الشخصيات العالمية الأخرى ، كما وصلت الى الصحافة العالمية ، والى بعض محطات التليفزيون ٠

وكانت هذه الصور كافية لتكذيب ادعاءات الدعايات المعادية التى زعمت أن بور سعيد لم يصبها شر من العدوان ٠

ولازالت صورة الأم المقتولة وطفلها الوليد يرضع من ثديها من الصور التى لا تنسى ٠

وقد علمنا فى ذلك الوقت أن هذا الألبوم من صور بور سعيد عندما عرض على زعيم الهند الراحل جواهر لال نهرو ، وشاهد الفظائع التى ارتكبتها قوات العدوان ، لم يتمالك نفسه ، واغرورقت عيناه بالدموع ٠

١٢ ـ الشعارات والرموز :

استخدمت الشعارات على الحوائط فى الشوارع وفى المحافظات المختلفة وكان رسم ذراع قوى وفى آخره قبضة تمثل القوة أمام العدوان الثلاثى على مصر من أقوى الشعارات تأثيرا ٠

والرموز طريقة معروفة فى كل بلاد العالم ، تظهر فى أيام الحروب وفى الأزمات السياسية الهامة مثل استخدام المستر تشرشل للحرف الانجليزى V الذى اتخذه الحلفاء رمزا لهم ونجح نجاحا تاما فى هذا الميدان ٠ فهو الحرف الأول من كلمة « النصر » ٠٠ ومن ثم كانت له قيمة رمزية مباشرة لشكل الكلمة التى يعبر عنها ، لهذا استخدم بسهولة فى الكتابة على الجدران أو على ورق الخطابات ٠

١٣ ـ أسلوب المراسم الدينية الجماعية :

كانت المساجد تمتلىء بالمصلين المسلمين وخطب الجمعة جميعها تؤيد حق مصر فى الدفاع عن وطنها وان كل شهيد فى ميدان المعركة سيكون مثواه الجنة . كذلك امتلأت الكنائس فى هذه الأيام وخصوصا فى صلاة يوم الأحد .. وكان القسس يتحدثون عن معركة مصر بأنها معركة كل المواطنين من أجل وطن واحد .

١٤ ـ أسلوب تنظيم الجنازات للشهداء :

كان يراعى دائما تنظيم الجنازات للشهداء بطريقة منسقة تجعل الجماهير تزداد حماسة وأسى على الشهداء الذين سقطوا فى ميادين المعركة .

وفى هذه الجنازات تلتقى مشاعر الجماهير من مختلف المستويات الفكرية والثقافية ، وتتوحد آراؤها تحت شعار واحد وفكر واحد ومنطق واحد .

وأذا كانت التضحية بالحياة من أجل الوطن هى أغلى تضحية يقدمها الفرد لبلاده ، فان التقاء الجماهير فى تشييع جنازة الشهيد لا بد وأن يؤكد هذا المعنى العظيم وهو الاستشهاد فى سبيل الوطن .

وقد كان أثر هـذه الجنـازات كبيرا فى دعم الجبهة الداخليـة ، وتوحيد اتجاهاتها ، وتحريك كل قواها الفعالة من أجل الانتصار فى المعركة .

١٥ ـ أسلوب الشبكة الشفوية للاتصال :

استخدمت الدعاية المصرية أسلوبا جديدا هو أسلوب الشبكة الشفوية لنقـل ما تريد أن تقوله ، فقـد كان لها كثير من الأفراد ـ خصوصا مكاتب الاستعلامات فى جميع محافظات مصر ـ تتكون منهم شبكة شفوية لنقل الأخبار ، خصوصا تلك التى لا نريد أن تعلن بواسطة أجهزة الدعاية المصرية الرسمية . وفى كثير من الأحيان استخدمت شبكة الدعاية الشفوية من أجل التقليل من شدة الصدمات أو التمهيد لأخبار سيئة كان من المقدر اذا ما أعلنت أن تحدث وتثير صدمة قد تكون قوية بالنسبة لمعنويات الشعب .

١٦ ـ أسلوب الصمت :

فى كثير من الأحيان اتبعت الدعاية المصرية أسلوب الصمت . فحين تجد أن هناك وقائع أخطأت فيها فانها لا تكررها ولا تعمد الى الرد عليها لتصحيحها

اذا وجدت أن التصحيح سيزيد من ترديد الخطأ والتذكير به ٠٠ ولكن اذا وجدت أن دعاية الأعداء فطنت لهذا الخطأ فانها تضطر للرد رسميا ٠

واذا كان البعض يقول انه يجب على الداعيـة ألا يعترف بخطئه فان جهاز الدعاية المصرى وضع أسـلوبا آخر يناقض هـذا المبدأ وهو « اذا حدث خطأ فأولا يسكت عن هذا الخطأ لو كان بسيطا فاذا حاولت الدعاية المعادية نشر هـذا الخطأ واسـتغلاله باستمرار فان الدعاية المصرية تلجأ الى تصحيح الخطأ مرة واحدة ٠٠ أما اذا وقعت الدعاية المصرية فى خطأ كبير ستعرف أجهزة الدعاية المعـادية حقيقته فان جهـاز الدعاية المصرى يسرع بتصحيح الخطأ قبل أجهزة الأعداء حتى يكتسب الثقة » ٠ كذلك اتبعت أجهزة الدعاية المصرية مبدأ آخر هو « الدعاية لا تتناقض » بمعنى أن جميع الأجهزة تنطق كلها بفكرة واحدة وبأسلوب مختلف ٠ كذلك فان أفكار الدعاية نفسها لا تتناقض مع بعضها البعض ٠

كذلك بالنسبة لأسلوب الصمت ، فلو أننا أحصينا التعليمات التى صدرت لأجهزة الدعاية فى عام ١٩٥٦ لوجدنا أن أكثرها هو : اتباع أسلوب الصمت عن التعليق على ما يذيعه العدو ٠٠ خصوصا اذا كانت أجهزة العدو لم تكرر التعليق ـ وبذلك تموت فكرة العدو دون أن نذكرها نحن أو نعلق عليها لأن مجرد ذكرها والتعليق على كل ما تقوله سيعطى لأفكار أجهزة العدو حيزا كبيرا فى أجهزتنا أولا وسيعطيه قوة دعاية الهجوم بينما نحن نتبع سياسة دعاية الدفاع وفى هذا اضعاف لنا ٠

ولكن كان اتباع سياسة الدعاية الهجومية المصرية قد أعطاها قوة المبادأة بصفة مستمرة ٠

١٧ ـ أسلوب التحدث عن الفكرة فى كل مكان :

كانت الدعاية المصرية تتحدث عن الفكرة فى كل مكان حتى فى الأوتوبيس أو فى المقاهى ٠

ولم تكن هذه الأحاديث موجهة من جهاز الدعاية ، بل كانت تجرى بين الناس بحكم الأوضاع التى أوجدتها الظروف ٠

وقد استطاع جهاز الدعاية أن يحدد الاطار العام للفكرة التى يتحدث عنها الناس بأن خلق الجو العام الذى سيطر على البلاد من واقع اتجاهات الجماهير ، واستمر يتحدث عنها مع الجماهير وبلسانهم ٠

كانت السيمفونية التى تعزف دائما موحدة الأنغام بلا نشاز · وقد اشتركت فيها الصحافة والاذاعة والسينما والصور والملصقات والمنشورات والأغانى والأناشيد ·

كل الاتجاهات كانت تؤدى الى الفكرة الواحدة التى اعتنقها الشعب ، وهى الكفاح المستمر حتى يسقط العدوان الثلاثى ، وتخرج حملة « هاميليكار » من مصر ·

وبهذه الطريقة لم يكن فى الامكان الاتجاه الى أفكار أخرى قد تؤثر فى الجبهة الداخلية ، أو تخدش الوحدة الوطنية · ولم يكن هناك حل وسط بين الأعداء والأصدقاء ، فقد أصبح كل من يمالىء الأعداء عدوا لمصر وعدوا للغرب جميعا ·

١٨ ـ أسلوب التغليظ والتشويه :

كانت الدعاية المعادية تعمل دائما على التغليظ والتشويه ، فقد كانت صحيفة الديلى اكسبريس والديلى ميل وغيرهما تنشر مانشتات ضخمة « عبد الناصر سرق القنال » ·· أو « الدكتاتور الصغير » ·· أو « السويس هى ميونيخ جديدة » · وكان رد الدعاية المصرية على ذلك هو تحليل كل هذه الشعارات دون ذكر لنفس المنشتات أو الرد عليها ·· فنبين حق مصر فى تأميم شركة القنال ، وكيف أن شركة القنال ليست هى القنال ·· وان ما فعله ايدن وجى موليه هو عمل ديكتاتورى خصوصا أنه كان هناك تآمر سابق قبل تأميم قناة السويس على العدوان وضرب مصر ، وان هذا التآمر والاجتماعات السرية التى عقدت بين ايدن وجى موليه وبن جوريون لا يعرف بها أعضاء فى وزارة ايدن ·· وماذا نسمى هذا العمل الا بالعمل الدكتاتورى ؟

كذلك استخدمت الدعاية المصرية بعض الأخبار التى تساير وتخدم اتجاهها ، فما أسرع ما تتحول كلمة عارضة من سياسى أو حادث معاد للانسانية عن العدوان على مصر الى دليل أو حجة لادانة هذا العدوان أمام الرأى العام العالمى ·

وقد كان الاستخدام البارع للنصوص المنتزعة من سياقها وسيلة ناجحة فى الدعاية المصرية ·

كذلك استخدمت الدعاية المصرية الخبر بطريقة منهجية كوسيلة لتوجيه الأفكار ، فان الأخبار الهامة لا تنشر فقط على حالها بل كانت لا تظهر الا محملة بدلالة معينة ومعبأة بشحنة دعائية ·

وكانت الدعاية المصرية قد وضعت خططها على أساس المستوى الفكرى حتى لأقل الناس ثقافة حتى يمكنهم فهم أهداف العدو ٠

ولقد استخدمت وسيلة التهكم والفكاهة حتى فى أحلك الأوقات ٠

ولقد كانت صياغة الأفكار تتطلب موهبة خاصة ، لذلك كان لا بد من ايجاد كتابة تسمى « لغة الجماهير » تتطلب تعبيرا يفهمه أكبر عدد ممكن من الناس ، وهذه اللغة تتجنب التفصيلات والجزئيات وتحرص على أن تقدم القضية برمتها وبأكثر الطرق استلفاتا وجذبا للناس ٠

١٩ ـ أسلوب اللغة المناسبة :

كانت اللغة المناسبة فى الاذاعة المصرية لكل من مصر والبلاد العربية وفى الاذاعات الموجهة احدى الوسائل الهامة التى استخدمتها أجهزة الدعاية المصرية ٠

فمثلا ، كانت اللغة العربية المبسطة هى التى استخدمت فى مصر بينما استخدمت فى اذاعة صوت العرب اللغة العربية الفصحى ، وهى اللغة المحببة فى البلاد العربية حيث لا يقبلون اللغة العامية العربية اطلاقا ، أما الاذاعات الموجهـــة فقد استخدمت أكثر من ٣٠ لغة أجنبية خصوصا للبلاد الافريقيـــة والآسيوية من سواحيلى الى أوردى ٠٠ الخ ٠

٢٠ ـ أسلوب عدم قيام الدعاية من لا شىء :

اعتمدت الدعاية المصرية على رسوخ فكرة هامة فى عقول جميع العرب هى أن الاستعمار ـ عدو بلادهم ـ سيحاول باستمرار أن يسترد مركزه ويعود مرة أخرى لكتم أنفاس الشعب العربى ٠

لذلك بدأت الدعاية المصرية تتبع أسلوب « عدم قيام الدعاية من لا شىء » ومن ثم كان ربط العدوان على مصر بكل ما قاساه المصريون طوال ٨٠ عاما على أيدى المستعمرين هو الأساس الذى اتخذته الدعاية المصرية ٠ وقد كان الكثيرون فى العالم يبغضون الاستعمار وأساليبه ٠ لذلك كان التذكير بأن العدوان الثلاثى ما هو الا شكل جديد للاستعمار على مصر أسلوبا ناجحا باستمرار فأدى الى كسب الرأى العام العالمى ضد هذا العدوان ٠

٢١ — أسلوب عدم الوقوف فى وجه الجماهير ومعارضتها :

اتبع هذا الأسلوب خصوصا بالنسبة للخارج ، فقد كانت الجماهير فى كثير من بلاد العالم عقب تأميم شركة قنـاة السـويس ترى أن هذا الاجراء عنيف فقد كانت تعتقد أنه يمكن تأميم الشركة بأسلوب التراضي والاتفاق ٠

لذلك لجأت الدعاية المصرية الى خلق قاعدة مشتركة فى التفاهم مع هؤلاء الذين لم يعارضوا التأميم وانما عارضوا طريقة التأميم ، فحاولت أن تكسبهم على أساس أن التأميم حق شرعى لمصر وانها ستدفع لجميع المساهمين التعويضات اللازمة وحقوقهم الكاملة حسب أسعار السندات فى لحظة قفل البورصة قبل يوم التأميم ٠

ولقد كان كسب هذه الجماهير الأجنبية هو القاعدة التى سارت عليهـا الدعاية المصرية ، ثم بدأت بعد ذلك تبين لهذه الجماهير أن مصر تقبل الاحتكام الى محكمة العدل الدولية لتفسير اتفاقية القسطنطينية المبرمة سنة ١٨٨٨ وأنه يجب حل المشكلة بجميع الوسائل السلمية ٠

وتمشت مصر مع هؤلاء وقبلت التفاوض ٠

ولكن لما لجأ ايدن وجى موليه وبن جوريون الى الهجوم على مصر واستخدام القوة بينما الرأى العام العالمى مهيأ تماما للمفاوضات والحل السلمى للمشكلة وقبول مصر لهذه الوسائل السلمية ، انفجر الرأى العام العالمى ضد ايدن وموليه وبن جوريون على أساس أنهم خدعوا الرأى العام العالمى ٠

وكان أسلوب مسايرة الجماهير فى الدعاية المصرية عند قاعدة مشتركة من التفاهم أسلوبا دعائيا ناجحا ، يستخدمه — عادة — البائع الناجح الذى يحرص على أن يكون اعلانه متمشيا مع مشارب الجماهير حـافزا اياهـا الى شراء سـلعة تتفق مع أذواقها ٠

فالميول الشعورية أو اللاشعورية لـدى الجماهير تتطلب من الداعية أن يمسك بها وأن يستغلها ٠

وانه لمن الخطأ اعتبار أن الدعاية هى أداة سحرية توجه الجماهير فى أى اتجاه تريده ٠٠ وحتى حشـو المخ لا ينجح الا فى نطاق محدود اذ يجب على الداعية الناجح أن يوحى بحجج تستند الى ما يعتنقه الناس من آراء فتوحى اليهم

هذه الحجج بشعور مريح · وفى هذه الحالة لا يسع الفرد بعد سماع الداعية الناجح الا أن يقول « فعلا لقد قلت ذلك من قبل ·· لقد سبق لى أن راهنت على أن هذا الخبر غير صحيح » ·

لذلك يجب على الداعية الناجح أن يربط برنامجه الجديد بمصدر الطاقة النفسية عند الناس · ونعنى بذلك « النمط الفكرى » القائم من قبل ·

٢٢ ـ اسلوب الابتعاد عن السباب والشتائم :

لم تستخدم الدعاية المصرية أسلوب السباب والشتائم اطلاقا ضد الأشخاص الذين كانوا سببا فى الهجوم عليها عام ١٩٥٦ · فبينما استخدم المستر ايدن لفظ « الدكتاتور الصغير » عن عبد الناصر كما فعل ذلك جى موليه وبن جوريون فان أجهزة الدعاية المصرية كانت تذكر كلمة « المستر » أو « المسيو » قبل اسم ايدن أو جى موليه ·

كذلك كانت الشتائم والسباب وسيلة رخيصة استخدمتها أجهزة الدعاية المعادية مما نفر الرأى العام العالمى منها ·

وقد حدث فى أثناء حديث تليفزيونى بينى وبين أحد المعلقين فى لندن عقب العدوان الثلاثى فى عام ١٩٥٧ أن قال المعلق « لقد لجأ الدكتاتور المصرى الى كذا وكذا ·· » وكان ردى عليه مباشرة ـ وكان الحديث على الهواء ـ « أرجو أن تلاحظ اننى حينما أتحدث عن ملكة بريطانيا فاننى أضع قبل اسمها كلمة « صاحبة الجلالة » ، احتراما منى للحقيقة المتمثلة فى أنها رئيسة لدولتكم ·· كذلك فان عبد الناصر اسمه : « السيد الرئيس عبد الناصر » · فاضطر المذيع على الفور للاعتذار أمام جميع المشاهدين وكان هذا كافيا لدحض كل ما سبق أن قاله عن الهجوم على مصر من وجهة نظر المعتدين · فقد أظهر المذيع نفسه بمظهر المتحيز حين استخدم أسلوبا هو السباب والشتائم ، وهو أسلوب فى غاية الرداءة ·

٢٣ ـ أسلوب المجاراة :

استخدمت الدعاية المصرية أسلوب المجاراة لأنه من الحقائق العلمية أنه غالبا ما يكون رأى الفرد الشخصى حينما يكون بمفرده غير رأيه حينما يكون فى

جماعة لأنه حينما يكون في جماعة فانه يتأثر بها ولا يخالف رأى المجموع ، اذ أنه يوجد عقل فردى وعقل جماعى ·

وقد يستطيع الشخص أن يدلى برأيين مختلفين فى موضوع واحد ··· رأى حينما يكون بمفرده ، ورأى آخر حينما يكون فى جماعة ·

وكثيرا ما نجد أن الآراء العامة هى فى الواقع نوع من المجاراة ·

لذلك كان من مبادىء الدعاية المصرية في عام ١٩٥٦ أن تستخدم أسلوب المجاراة وأن تجعل الفرد دائما منتميا الى جماعة موالية حتى يكون رأيه متمشيا مع رأى الجماعة ·

واذا كان الكثيرون يلجأون الى أسلوب « نحن الشعب الانجليزى نطالب بكذا .. » أو « نحن شباب الجامعات المصرية قررنا كذا » ، فان أمثال هذه الكلمات تحفز وتنشط الأفراد الذين قد يكونون من هذه الجماعات ولكن رأيهم مختلف عن رأى هذه الجماعات · ومع ذلك نجدهم يوافقون على رأى جماعاتهم · فمثلا كم من منشورات صدرت فى مصر وفى العالم تحمل عبـارات « نحن شعب كذا ·· أو نحن أساتذة جامعة كذا ·· أو نحن طلبة الجامعات فى مدينة كذا ·· نستنكر العدوان الثلاثى على مصر » ·

وأسلوب المظاهرات الجماعية هو أسلوب يجعل الجماهير حتى ولو كانت محايدة أو معادية تنجذب على الرغم منها ، فالموكب الاستعراضى لكتيبة تتقدمها الموسيقى يبعث النشوة فى نفوس الجماهير ·

كذلك كانت التعليمات للمذيعين فى الاذاعات المصرية تقضى بأن تكون اذاعاتهم هادئة تبث الاشعاع الهادىء وايمان الرجل الغيور على وطنه الواثق من النصر ، فلا هستيريا فى الالقاء ولا حماس لا داعى له · كذلك كانت التعليمات لأغلب خطباء مصلحة الاستعلامات المصرية تقضى بأن يلجأوا الى الالقاء الهادىء وأن تكون أحاديثهم باعثة على الثقة لأن الجماهير تتأثر بمذيع أو خطيب بالقائه الجيد الذى يبعث على الثقة بلا تهويل أو تهوين من أخبارنا أو أخبار العدو ·· ولأن عدوى المثل الحى الصادق تسرى بفضل الاتصال والجاذبية الشخصية ·

وقد كان التركيز على مظاهرة ضخمة تسير فى شوارع لبنان كافيا ليثير الحماس فى كل البلاد العربية ضد العدوان .. كذلك فان نشر أفلام عن مظاهرة فى أندونيسيا والشعب يحمل لافتات عنوانها « ارفعوا أياديكم عن مصر » كان كافيا لاثارة بقية شعوب آسيا ·

كذلك فان شعارا مرفوعا فى مظاهرة فى الصومال « ارفعوا أياديكم عن أفريقيا أيها المستعمرون » كان يثير مظاهرات فى كثير من عواصم أفريقيا ٠

لذلك كان هناك نظام خاص يسمى « المظاهرة الطليعية » بمعنى أننا نركز على مظاهرة معينة عقب حادث معين ، فاذا العدوى تسرى فى شعوب كثيرة ، وتتوالى المظاهرات بعد ذلك ٠

كذلك لعب الفنانون المصريون دورا سياسيا هاما فى مصر والبلاد العربية لما لهم من شخصيات جذابة وشهرة واسعة النطاق ٠

فما أن حدث التأميم حتى تم الاتصال بالفنانين المصريين بل كان أغلبهم يقوم بدافع من وطنيته باعداد أناشيد والقاء أحاديث يكون لها أثر سحرى فى الجماهير العريضة ٠ وقد كان هذا التأييد من شخصيات محبوبة يجتذب مشاعر الجماهير أكثر مما كنا نظن ٠

بل ان كثيرا من مشاهير الكتاب من أمثال الدكتور طه حسين عميد الأدب العربى والكاتب المشهور عباس محمود العقاد وغيرهما من الكتاب المشهورين كتبوا كثيرا من المقالات وكان لهؤلاء أكبر الأثر فى جعل أغلب الكتاب يحذون حذوهم ٠

بل لجأت الدعاية المصرية الى أسلوب العدوى بطريقة أخرى ، فقد كانت بعض المقالات تحوى عبارة « ان أرواح الشهداء تدعوكم الى ٠٠ » أو أنه « لو كان مصطفى كامل الزعيم الوطنى المصرى حيا لقال لكم قاوموا الاستعمار بكل الوسائل ٠٠ » ٠

بل ان العدوى وجدت حتى فى الاعلام والشعارات التى كانت ترفع فى كل العالم فكنا نرى صورا وشعارات مماثلة تماما فى الأسلوب ترفع فى أندونيسيا والهند والصين واليابان والاتحاد السوفييتى ٠٠ الخ ، وكلها تحمل نفس العبارات ونفس المعانى ٠

وكانت هذه الرموز تنطوى على دلالة عميقة ، وكان من طبيعتها القدرة على جمع هذه الجماهير من حولها فيما يشبه مراسم العبادة ٠

بل ان نفس العبارات المكتوبة والحكم والشعارات تناولها الخطباء فى كثير من بلاد العالم ٠ كما ان الهتافات التى تؤيد مصر كانت هتافات واحدة سواء فى الصين أو فى الولايات المتحدة الامريكية ٠

كذلك استخدمنا الموسيقى لما لها من تأثير على الجماهير • فقـوة الموسيقى الايحائية تصل الى الحياة النفسية الكامنة بمعنى أنها تنصب على جملة من الغرائز والميول المشتركة عند الناس جميعا ، ومن هنا نتبين سر قدرتها على أن تخلق بين الجماهير ـ رغم الفروق واختلاف ميول الأفراد واتجاهاتهم ـ مشاعر جماعية تختلط فيها المشاعر الفردية وتنصهر الاتجاهات المسيطرة على مشاعرهم •

كذلك فان لموسيقى الأناشيد الوطنية فائدتها بسبب استخدام آلات قارعة مع سرعة الايقـاع على مضاعفة الموسـيقى •• لذلك فان الموسيقى المصاحبة للأناشيد الوطنية التى ألفت فى عام ١٩٥٦ ستظل باقية على مر الزمن فى العالم العربى ، بدليل ان كثيرا من الدول العربية اتخذتها شارات لبدء برامج أخبارها فى الاذاعات • بل ان بعض الدول العربية أخذت هذه الموسيقى على أساس أنها موسيقى النشيد الوطنى •

لذلك فان هذه الموسيقى أثارت فى جميع الشعوب العربية انفعالا قويا ومن ثم خلقت شعورا جماعيا لدى الشعوب العربية كلها •

٢٤ ـ استخدام « النكت » كسلاح ضد الأعداء :

يمتاز الشعب المصرى بروحه المرحة حتى فى أحلك الأوقات ، لذلك فانه يجيد « النكتة » سواء العادية أو السياسية •• وغالبا عندما يقابل المصرى زميله فان أول كلمة يقولها له : ما هى آخر « نكتة » •• ؟

لذلك استخدم جهاز الدعاية المصرى « النكت » بشكل بارع ضد ايدن وجى موليه وبن جوريون وخصوصا بن جوريون الذى كان موضـع سـخرية و « نكت » كثيرة •

وقـد حاولت الدعاية المعـادية نشر « النـكت » نظرا لأن المصريين يستملحونها ، ولكن سرعان ما تصدى جهاز الدعاية المصرى لهذه النكت وكشفها وأرجعها الى أصلها وهى الجهات الاجنبية المعادية •

وهكذا أخذ الناس يرددون النكت المعادية ليس على أسـاس أنها دعاية يؤمنون بها بل على أساس انها للضحك والتسلية وبذلك ضاع مفعولها •

بل أكثر من ذلك ، كنا كلما ظهرت نكتة ضد قادة مصر نعمد فى الحال الى شرح هذه النكتة على أنها نكتة أجنبية ترجمتها الاذاعات الأجنبية المعادية ونشرتها وهى من النكت التى كان الحلفاء يستخدمونها ضد هتلر وموسولينى ، وبذلك يضيع مفعول هذه النكت فى الحال وخاصة حين يذكرها جهاز الاعلام المصرى ويرجعها الى أصلها المترجم ·

٢٥ ـ استخدام أسلوب « نحن أقوياء » :

من أهم الأساليب التى اتبعت فى جهاز الدعاية المصرى استخدام أسلوب « نحن أقوياء » فالعرب قوة بوحدتهم ، وأغنياء باتحـاد امكاناتهم ، لذلك فان هذا الأسلوب جعل كل عربى يزهر بقوته خصوصا ان القضية ـ وهى تأميم شركة قناة السويس ـ هى قضية عادلة يساندها القانون الدولى ·

لذلك كان استخدام عبارات « الوحدة العربية » و « القومية العربية » قوة نفسية لا حد لها ، بل كانت كلمات سحرية ·

ولما دخلت القوات البريطانية والفرنسية بور سعيد انقلب نصر هذه القوات عندهم الى نصر عندنا ، بعد أن تحول الانتباه الى أن ما يحدث هو فى الواقع مقاومة شعب صغير فى مدينة صغيرة ضد قوات دولتين كبيرتين · وأخذت أجهزة الدعاية المصرية تتحدث عن المقاومة المصرية الباسلة ضد القوات المعتدية ·

ولما قامت القوات الاسرائيلية بالهجوم على مصر ، وقاومت القوات المصرية العدوان الاسرائيلى فى مناطق بالقرب من العريش مقاومة باسلة ، ثم لما عرفت مصر أن هناك هجوما عليها من بريطانيا وفرنسا فسحبت مصر قواتها من سيناء ـ وكان سحب القوات المصرية من ثلث مساحة مصر كلها وهى سيناء من الممكن أن يحدث أثرا سيئا فى نفـوس مصر والعرب جميعـا ـ أمكن لجهـاز الدعاية المصرى فى ذلك الوقت أن يشرح بكل الوسائل خطة الانسحاب كلها والمقاومة التى قامت بها القوات المصرية وأماكنها وتكبيد العـدو خسائر كثيرة منها عدد كبير من الطائرات الميراج · ولكن فى مراحل الحروب الأربع ـ وهى الاستطلاع والهجوم والدفاع والانسـحاب ـ يعتبر الانسـحاب من أشق العمليات ، وقد قامت به القوات المصرية على خير وجه وبحسب الخطة المرسومة بل كبدت العدو خسائر كثيرة وأمكن حشد القوات المصرية فى غرب قناة السويس لملاقاة القوات البريطانية والفرنسية ·

ولم تتوان الدعاية المصرية فى رسم الخرائط ، عن طرق الانسحاب وكذلك عمل فيلم سينمائى أوضحت فيه خريطة الانسحاب وطرق الانسحاب . وكانت مصارحة الشعب بكل شيء سببا قويا لتأييد المصريين للانسحاب بالرغم من أن مصر فقدت ثلث مساحتها فى هذه العملية .

٢٦ ـ أسلوب استخدام الدين فى القتال :

استخدم جهاز الدعاية المصرى الدين فى المعركة على أساس أن القرآن الكريم قال « كتب عليكم القتال وهو كره لكم وعسى أن تكرهوا شيئا وهو خير لكم » .

وكذلك الآيات التى تبين أن الذين يقاتلون فى سبيل الله ويموتون فى المعركة انما مثواهم الجنة كشهداء ، وكانت هذه أقوى الدعايات .. بل ان أقوى نشيد كان يستخدم فى المعركة هو نشيد « الله أكبر » .

٢٧ ـ حرب الاشاعات :

كانت الاشاعات من الأسلحة الخطيرة التى استخدمها العدو ضدنا . وبنفس الأسلوب الذى سلكناه فى استخدام وسائل الاعلام ، عالجنا موضوع الاشاعات .

وقد أنشأنا مكتبا خاصا للرد على أكاذيب العدو ، وزودناه بالآلات التليفونية الكافية . كما أعددنا سجلا خاصا لهذه الأكاذيب أو الاشاعات يضم التاريخ وساعة المكالمة وموضوعها ثم وسيلة الرد عليها .

ونشرت الصحف أرقام تليفونات هذا المكتب الذى كان يشرف عليه فرد واحد لم يتغير ، حمل مسئولية التحدث مع المبلغين والرد عليهم ، الى جانب أعماله الاخرى التى كانت تتيح له الاطلاع الدائم على كل ما يدور ، ومعرفة مختلف التيارات والأحداث .

وكانت تتجمع فى هذا السجل كل الأكاذيب والاشاعات التى تنتشر فى البلد . ثم يعقد اجتماع صغير يحدد الوسائل التى يجب أن تتبع لانهاء الاشاعة واسقاطها من أذهان الجماهير .

والى جانب هذا التسجيل اليومى للاشاعات والأكاذيب ، كانت التقارير التى تصل الينا يوميا تليفونيا من مختلف أنحاء الجمهورية تلقى الأضواء على ما يروج من اشاعات تبثها أجهزة الدعاية المعادية ٠

وكانت الاشاعات تتضمن موضوعات صغيرة الى جانب الموضوعات الهامة التى تؤثر فى سير المعركة الدعائية ٠

وفى جو الاشاعات تنمو اشاعات أخرى أصغر وأصغر حتى تصل الى اشاعات صغيرة جدا تروج فى حى معين من أحياء القاهرة ولا تتعداه ٠

وقد أشيع ذات يوم أنه لا يوجد بترول فى حى عابدين ٠ وكانت تلك أكذوبة بالطبع ، وسرعان ما أدرك السكان أنها اشاعة كاذبة حينما زادت الكمية المطلوبة من البترول فى هذا الحى ٠

كما أشيع ذات يوم أن قائد سلاح الطيران المصرى قد قتل ، أو أختطف أو سجن ٠ وانتشرت الاشاعة انتشارا سريعا فى أرجاء البلاد وكانت وسيلتنا فى قتلها سريعا اجراء حديث مع قائد سلاح الطيران فى الراديو فى نفس اليوم ، ثم نشر الحديث مع صورته فى صحف الصباح ٠

ولقد استطعنا بسلوك الطريق العلمى المنظم أن نقضى على سلاح الاشاعات قضاء مبرما ، عن طريق الرد عليها فورا بما يناسب كل ظرف من الظروف ٠ والى جانب ذلك ملأنا الشوارع والمكاتب والمصانع بملصقات لافتة عن الاشاعة ٠ واستطعنا اقناع جماهيرنا بالتأكد مما يسمعون ، والا يروجوا الأكاذيب حرصا على سلامة الوطن ٠ وبذلك تخلصنا من هذا الميكروب الخطير ، وخلا الجو تقريبا من الاشاعات الضارة ، ولم تبق الا التفاهات الصغيرة التى لا تعدو حد الثرثرة ٠

٢٨ ـ الدعاية المعادية :

كانت الدعاية المصرية توضح أن اسرائيل تتبع دائما فى دعايتها الأسلوب النازى ٠٠ وهو الذى قال عنه « ب٠ ريوالد » :

« ان الصاق النقائص بالعدو واتهامه بالأفعال التى اتهم بارتكابها قد أصبح بفضل هتلر الخاصية المميزة للدعاية النازية » ٠

لهذا حرصنا على اثبات ان مصر لم تهاجم اسرائيل مطلقا ، وان اسرائيل هى التى تعمد دائما قبل أن تهاجم مصر الى الادعاء بأنها تريد السلام وان

بن جوريون صرح أكثر من مرة بأنه يرغب فى مقابلة عبد الناصر من أجل السلام ، وبعد هذا التصريح بأربع وعشرين ساعة يهاجم مصر ، ويدعى بعد ذلك انها لم تستجب الى ندائه من أجل السلام ·

كذلك وجدنا ان الصحافة الصهيونية فى دول كثيرة مثلا تنشر عدة مقالات معادية لمصر ثم تعمد الصحافة الاسرائيلية الى اعادة نشر هذه المقالات على أساس انها من مصادر مختلفة تؤيد وجهة نظر اسرائيل وبذلك تكتسب اسرائيل دليلا جديدا على صحة حججها وتسمى هذه « حيلة بائع السوق » الذى يجعل زبونا يمتدح بضاعته وما الزبون فى الواقع الا شريكه ·

٢٩ ــ الاستهلاك المحلى والاستهلاك الخارجى :

ان طبيعة البلاد العربية تبين ان الحماس هو احدى خصائص وسمات الشعوب العربية ·· وانه عادة ما يلجأ بعض الصحفيين الى أسلوب الفصاحة فى الكلام ، لذلك استخدم هذا الأسلوب فى بعض الصحف العربية لتأييد وجهة النظر المصرية ·· أما فى الخارج فان الأسلوب الصحيح يعتمد دائما على الأرقام وأكثر من فكرة بعيدا عن الأسلوب التعبيرى المصرى · لهذا كانت اللغة الأجنبية التى استخدمت فى شرح وجهات النظر المصرية مختلفة تماما ؛ فقد حرصنا على أن يكتب النشرات باللغات الأجنبية مختصون فى لغات هذه البلاد بل كانوا من أبناء هذه البلاد ·

ومع ذلك ، كانت اللغة التى يخاطب جهاز الاعلام المصرى بهــا الجماهير سواء فى خارج مصر أو فى داخلها هى لغة واحدة فقد كانت الدعاية المصرية لا تؤمن اطلاقا بأسلوب الاستهلاك المحلى والاستهلاك الخارجى ·

٣٠ ــ تحليل الدعاية المضادة :

كانت أجهزة الدعاية المصرية تقوم بتحليل الدعاية المضادة مرتين كل يوم الأولى فى الصباح والثانية بعد الظهر فيتم تجميع كل الأخبار والاشاعات التى قامت أجهزة دعاية العدو بنشرها واذاعتها سواء من اذاعات أو وكالات أنباء أو صحف أو شائعات ·· الخ ، ثم توضع أولويات لها حسب أهمية كل خبر وطريقــة معالجة هذا الخبر بالوسائل الآتية :

هل يرد على هذا الخبر مباشرة أو بطريقة غير مباشرة أو يسكت عليه ·· ؟

وأين يرد على هذا الخبر ·· هل فى الصحافة أو الاذاعة أو بطريقة غير علنية ·· ؟

وهل يكون الرد فى مصر أم فى احدى الدول الصديقة ثم ينقل منها الى مصر ، أم فى نفس صحف هذه الدولة إلتى أذاعت الخبر ويكتفى بذلك ٠٠ ؟

لذلك كانت هناك أولويات لكل الأخبار المعادية ووسائل الرد عليها ٠٠ وأحيانا كانت تجمع كلها ويرد عليها فى نشرة اذاعية واحدة ، فتنهار هذه الدعاية المعادية من جذورها ٠

وحينما كنا نرى أن الدعاية المعادية قوية ومن الصعب مهاجمتها خصوصا أنه كان أمام جهاز الدعاية المصرى ثلاثة أجهزة بريطانية وفرنسية وصهيونية كانت الدعاية المصرية تلجأ الى أسلوب التهدئة فلا تهاجمها وهى قوية بل تنتظر بعض الوقت حتى تهدأ أو تلجأ الى أسلوب تغيير الموضوع بعض الوقت ثم تعود للرد عليها الواحدة بعد الأخرى ٠

كذلك كان وقوع التناقضات فى دعاية العدو سواء فى الأقوال أو فى الأفعال سببا قويا لوقوف الرأى العام العالمى معنا ٠

وكانت هناك نشرات نعرض فيها حديثا لمسئول من دول العدوان الثلاثى مع ذكر تاريخه والجريدة التى نشرته ٠٠ ثم بعد ذلك نبين ما قاله نفس المسئول بعد ذلك فى تاريخ لاحق لحديثة الأول والجريدة التى ذكرته ٠٠ مع عدم التعليق عليه من أجهزة الدعاية المصرية ٠

بل أحيانا توضع عبارة « بدون تعليق » ٠ وقد كانت هذه النشرة تجعل المسئول ليس فقط فى موضع الشخص العديم الثقة أو الشخص الذى قال كلاما كذبا بل تجعل أجهزة الدعاية المعادية تقف موقف الدفاع والتبرير وهو موقف يجعل أجهزة الدعاية ضعيفة واهية ٠

الفصل الرابع عشر

تجربة الاعلام والدعاية المصرية بعد ١٥ مايو ١٩٧١

من السمات التى تميز هذا العصر ، ان الاعلام أصبح علما يحتل موقعا أساسيا ـ وبارزا بين العلوم ـ ولم يقف العلماء فى هذا المجال عند حد اجراء البحوث فى الاعلام وتأصيل القواعد واستخلاص النظريات بل تجاوزوا هذه المرحلة وأفادوا من التقدم التكنولوجى الذى يعززه التطور الرائع فى الألكترونيات ٠

ويعتبر ظهور « علم الاعلام الالكترونى » أعلى مراحل التقدم الحالية فى مجال الاعلام ، فقد توصل العلماء والدارسون الى المستوى الذى يمكنهم من تحديد الاتجاه السياسى الذى سيعتنقه الطفل الصغير عندما يصبح فى السن التى تسمح له بالمشاركة فى الحياة السياسية وذلك بتسليط وسائل الاعلام على الطفل وفقا لاستخدامات تكنولوجية دقيقة وبصورة تؤدى الى تشكيل الفرد فكريا على النحو المطلوب ٠

ولا شك ـ والأمر كذلك ـ انه فى مجال العمل العلمى لم يعد هناك مجال للصدفة أو للمهارات الشخصية فى غياب الأسس العلمية ، فان مقتضيات العصر ومتطلباته تفرض علينا أن نساير المنهج العلمى التزاما بمبادئه وتأسيسا على نظرياته ٠

لذلك قمنا بعد ١٥ مايو سنة ١٩٧١ بوضع الخطط العلمية ، للاعلام تحديدا للهدف وتحقيقا للمنهج العلمى الحديث ، ومن الخطأ افتراض قيام خطة اعلامية واحدة لمواجهة مراحل متعددة ، فلكل مرحلة خطة تناسبها فى اطار استراتيجيات تلك المرحلة ٠

وتحكم تخطيطنا الاعلامى ثلاثة اتجاهات :

أولا : ان اسرائيل وضعت خطتها الاعلامية منذ المؤتمر الصهيونى الأول الذى انعقد فى بال عام ١٨٩٧ ٠ وتتميز تلك الخطة بصفة الاستمرار ٠ فمن

حيث الهدف فهو قائم منذ ذلك الحين حتى الآن من أجل تعميق المفاهيم الصهيونية فى العالم ٠ ومن حيث التنفيذ فان اسرائيل منذ قيامها عام ١٩٤٨ تعمل على محاولة استمرار وجود الوزراء والشخصيات السياسية صانعة القرار أمثال دافيد بن جوريون وجولدا مايير وايجال آلون ٠

ثانيا : اننا فى مصر لم نأخذ بالتخطيط لاعلامنا الا بعد ثورة ٢٣ يوليو والى ما قبل نكسة ١٩٦٧ ٠ ثم استؤنف الأخذ بالتخطيط الاعلامى مرة أخرى منذ ١٥ مايو ١٩٧١ ٠ ومن ذلك يتضح أن المدى الزمنى للخطة الاعلامية قصير جدا بالقياس الى خطة اسرائيل ٠ واذا كان البعض يتهم الاعلام العربى فى حرب ١٩٦٧ بأنه كان « أفشل محام لأعدل قضية » فاننا نرى أن الموضوع أولا وأخيرا هو التخطيط السليم للقضية ٠

ثالثا : على الصعيد العربى ، لا يوجد الآن ارتباط بين خطة الاعلام العربى فى مصر ، وما تسير عليه سائر البلاد العربية اعلاميا ، وان يكن الأفق القريب يبشر بتطلعات نحو تنسيق العمل الاعلامى العربى ٠

أخطاء الاعلام المصرى فى معركة ١٩٦٧ :

ولا جدال فى أن البداية العلمية للتخطيط الاعلامى تنبثق أساسا من أخطاء الاعلام المصرى فى معركة ١٩٦٧ ، تلك الأخطاء التى استفاد منها العدو الاسرائيلى الى درجة كبيرة أضافت أبعادا اعلامية الى النكسة الحربية آنذاك ٠ ومن هذه الأخطاء التهويل فى قوتنا والتهوين من قوة العدو : ففى الساعات الأولى من صباح ٥ يونيو ١٩٦٧ أعلنت أجهزتنا الرسمية واذاعاتنا أننا أسقطنا ٢٥٠ طائرة للعدو وفقا للبلاغات الرسمية ، وذلك فى الوقت الذى كان فيه موسى ديان بعد توليه وزارة الدفاع فى أول يونيو سنة ١٩٦٧ ـ وهناك فى اسرائيل يسمون وزارة الحربية باسم وزارة الدفاع ، بينما هى وزارة للعدوان على العرب ـ يعلن على العالم من خلال المراسلين الصحفيين الأجانب فى اسرائيل ومندوبى وكالات الأنباء ، ان اسرائيل دولة لا تقوى على الحرب ولا تريد الحرب ، وقررت نهائيا ألا تحارب ٠ وتأكيدا لذلك ـ بقدر ما هو خداع للرأى العام وتضليل للحقائق ـ دعا المراسلين والمندوبين الأجانب الى زيارة مواقع جيش الدفاع على حدود اسرائيل للتأكد من الغاء حالة التأهب فى الجيش وعودة الحياة الطبيعية هناك ، وطلب ديان منهم أن يغادروا اسرائيل ٠ وفى صباح ٥ يونيو أعلنت اذاعة اسرائيل أنه « شوهدت طائرات العدو المصرى على شاشات الرادار فقامت طائرات جيش الدفاع بالرد على هذا العدوان ٠٠ » ومن هنا نرى أن ديان فى الوقت الذى قضى فيه على سلاح الطيران المصرى لم يظهر للعالم أن دولته

تريد الحرب بل تريد السلام • وعلى حين أن هذا ادعاء كاذب فانه كان خطة لتضليل الرأى العام العالمى •

اصدار التصريحات اللامسئوله :

لقد كنا نتباهى باصدار تصريحات لا مسئولة نعلن فيها أننا أقوى دولة فى الشرق الأوسط ، وان لدينا أقوى قوة بحرية وجوية فى المنطقة • وذهب بعض غير المسئولين الى الادعاء بأننا سنلقى باسرائيل فى البحر ، وأننا بعد انتهاء المعركة — وهى ستنتهى فى ساعات — سنرحل الأطفال والنساء اليهود الى أوروبا .

ولقد كانت اسرائيل تتصيد هذه التصريحات من غير المسئولين وتقوم بتضخيمها ونشرها على أوسع نطاق •

التعبئة الكلامية والتشنجية :

كانت وسائل لاعلام تذيع الأناشيد التافهة مثل « ولا يهمك ياريس » اعتقادا منها بأنها تؤدى الى تعبئة الرأى العام، وهى لا تعدو أن تكون أناشيد تافهة ساذجة لا ترقى الى ما كانت عليه أناشيد حرب ١٩٥٦ مثل نشيد « الله أكبر فوق كيد المعتدى » الذى كان — ولا يزال — تعبيرا طبيعيا عن أعماق الانسان المصرى المؤمن بالله والذى يكره العدوان •

ولقد كان من أخطر تلك الأخطاء الاعلامية فى معركة ١٩٦٧ وجود تفرقة بين ما يقال فى الداخل وبين ما يقال من تصريحات لوكالات الأنباء والمراسلين الأجانب ، الأمر الذى وصل الى حد التناقض فى التصريحات ، بل تصاعد الى حد المزايدة فى اصدار التصريحات ، مما كان له رد فعل عنيف أدى الى بلبلة الرأى العام العالمى •

ومن قبيل ذلك أيضا اتباع أسلوب « الايماءات الباطلة » والتى كان من أبرزها — على سبيل المثال — ما نادى به مذيع صوت العرب يومى ٦ ، ٧ يونيو من دعوة سيدة الغناء العربى أم كلثوم لتقيم حفلا فى تل أبيب ! ولقد استغل المذيع الاسرائيلى صباح ١٥ يونيو هذا الأسلوب الخاطىء ، وجعل منه مادة للسخرية ، فأذاع هذه الدعوة مسجلة ، مع تعليق لاذع بأن اسرائيل ترحب بأم كلثوم فى تل أبيب !

ولم تقتصر مخاطر هذه الأخطاء الاعلامية على آفاق الرأى العام العالمى ، بل كانت لها سلبيات فى المجتمع المصرى بصفة خاصة والعربى بصفة عامة ،

ضاعف من آثارها أسلوب الرقابة المشددة التى كان يفرضها المسئولون عن الأعلام آنذاك على برقيات المراسلين الأجانب الأمر الذى كان يدفع المراسلين الى الانتقال الى بيروت ، ومن هناك يبرقون بما يريدون بدون رقابة ، وتتلقف وسائل الاعلام فى أنحاء العالم هذه البرقيات وتذيعها وتنشرها ، لكى يتلقاها المستمع المصرى على أنها حقائق مسندة الى وكالات أنباء ، والمصلحة الأكيدة لهذا الاسلوب هى انتشار الاشاعات السياسية التى تعمل على تحطيم الجبهة الداخلية والحيلولة دون قيام رأى عام داخلى مساند للحكومة ٠

مبادىء التخطيط الاعلامى :

يتحرك التخطيط الاعلامى الآن على مستوى الجبهة الداخلية من ناحية ، بقدر ما يتحرك على مستوى الرأى العام العالمى من ناحية أخرى ، ولكل مستوى مبادىء تحكم الخطة المناسبة له ٠

فعلى مستوى الجبهة الداخلية :

المبدأ الأول ــ تحديد معنى التعبئة الاعلامية :

وتعتبر التعبئة الاعلامية من الأمور التى يكثر حولها الحوار ، ونحن نستمع من حين الى آخر الى من يدعون الى ضرورة « تسخين المعركة » وسبيلهم الى ذلك الكلمات والأناشيد التشنجية ، ومعنى ذلك هو العودة الى أخطاء ١٩٦٧ ٠ وبسبب أنه يكفينا ما دفعناه ثمنا لتلك الأخطاء ، فاننا نقرر أن التعبئة الاعلامية ــ علميا ــ تعنى تأسيس الخطة الاعلامية على تدعيم متطلبات المعركة من حيث تأكيد ضرورة مضاعفة العمل والانتاج وتحديد دور واضح لكل فرد فى المعركة ٠

ويرتبط بذلك ضرورة تنظيم سلوك الجماهير فى المعركة ، فقد علمتنا الحروب ان الفوضى فى وقت الحرب تسيطر على سلوك الجماهير مما يزيد من احتمالات الخسارة البشرية والمادية ٠ لهذا يجب علينا أن نعمل من أجل تنظيم سلوك الجماهير وتعويدهم احترام النظام مع الابتعاد كلية عن أساليب التشنج والاثارة العنيفة ٠

المبدأ الثانى ــ عدم الاعلان عن الاعلام :

يذكر لنا التاريخ انه فى خلال الحرب العالمية الثانية وقف هتلر ليعلن على جماهير شعبه قائلا : « أيها الرفاق : الموجود منكم هنا ٠٠ والذين سقطوا فى

ميــدان القــتال أمس ٠٠ » فبعد أن دفع بقواته فعلا الى المعركة راح يعلن أنه يحارب ٠

فعملية التعبئة الحربية أمر يستوجب الكتمان والسرية ، وعلى نفس المستوى فان الخطة الاعلامية لن يستفيد بالاعلان عنها سوى العدو فقط ، فهناك جوانب من الخطة تقف في سريتها عند حد الذين يتحملون مسئولية تنفيذها ٠

المبدأ الثالث ـ حق المواطن فى أن يعلم :

وفى اطار قاعدتى عدم الاعلان عن الاعلام ، والاعداد بلا اعــلان ، ينبغى احترام حق المواطن فى أن يعلم ، وهو حق قرره الاعلان العالمى لحقوق الانسان ، وتعتبر الأجهزة الاعلامية مسئولة عن أن يقف المواطن على الأخبار والبيانات والمعلومات منها قبل أن يستمع اليها من أجهزة اعلامية أخرى ، وذلك جريا على المبدأ القائل « ان الأثر الأول هو الذى يدوم طويلا » ٠

ويقوم هذا المبدأ على ثلاثة أساليب اعلامية هى :

- **أسلوب السرعة :** فينبغى أن يضيق البعد الزمنى بين حدوث واقعة ما وبين اذاعتها الى الحد الذى لا يسمح لأنباء أجنبية بأن تندس وسـط تيار من الحقائق ٠

- **أسلوب الوضوح :** لن يحقق الاعلام رسالته الا اذا كان ما يقال واضحا للجماهير بقدر ما هو واضح لرجال الاعلام ٠

- **أسلوب الصدق :** ينبغى أن نقول الحقيقة ولو كانت مريرة ، فلم يعد هناك مجال لأن ندفن رؤوسنا فى الرمال ٠

المبدأ الرابع ـ القضاء على الشائعات بالمعلومات :

ان تدفق المعلومات والحقائق وتوفيرها فى نشرات الأخبار ـ مع تكرارها بصفة دائمة ومنتظمة وفى مواعيد ملائمة مع العرف القائم وسلوك الجماهير ـ هو السبيل العلمى للقضاء على الشائعات ٠ فلقد أثبتت الأبحــاث ان نقص المعلومات خاصة فى أوقات يسود فيهـا التوتر بين الجماهير يؤدى الى رواج الشائعات على أنها حقائق ، الأمر الذى يعكس مخاطر لا تحمد عقباها على الجبهــة الداخلية ٠

المبدأ الخامس ـ تحليل الرأى العام :

اذا كان الرأى العام هو التعبير عن اتجاهات الجماهير وزوايا الرؤية المتاحة لها فان المدخل العلمى الى التخطيط الاعلامى ينبغى أن يبدأ باستطلاع وتحليل اتجاهات الرأى العام بالأساليب العلمية وليس بالأساليب غير العلمية التى ضاعت فى متاهاتها اصالة الرأى العام المصرى فى الفترة ما بين ١٩٦٧ حتى ١٥ مايو سنة ١٩٧١ ٠

وفى سبيل تحقيق ذلك ـ علميا ـ فقد اتجهنا الى انشاء معهد للرأى العام ليدرس الرأى العام فى مصر دراسة موضوعية وليس على غرار ما كان سائدا قبل ذلك : يشاع كذا ٠٠ يقال ان ٠٠ الخ ٠

المبدأ السادس ـ حق المواطن فى أن يعرف عدوه :

لقد فرضت الدول العربية ولمدة قريبة عزلة ثقافية على نفسها بالنسبة للعدو ٠ فنحن نحرم أنفسنا من أن نعرف طبيعة العدو الاسرائيلى ٠ واذا كان من بدهيات العمل العسكرى ـ مثلا ـ أن يعرف الجندى الهدف الذى يصوب اليه سلاحه معرفة تامة فانه من بدهيات العمل الاعلامى أن يعرف كل مواطن عدوه معرفة جيدة : كيف يفكر ؟ وكيف يعيش ؟ وما هى استراتيجيته ؟ وما هى مواطن ضعفه ؟ وما هى أخطاؤه ؟

ولقد سئل موسى ديان ـ فى احدى زياراته لأمريكا بعد حرب ١٩٦٧ ـ عن كيف نجحت خطته الحربية رغم انه سبق أن أعلنها فى كتاب صدر قبل الحرب وشمل استراتيجيات اسرائيل فى مواجهة استراتيجيات مصر والدول العربية ، فقال موسى ديان « ان العرب لا يقرأون » ٠

وعلى ذلك ، فقد كان من أهم ما اتخذناه فى تخطيطنا الاعلامى أننا قررنا تداول جميع الكتب الخاصة باسرائيل ـ وهى أكثر من ٣٠٠ كتاب صدرت بعد حرب ١٩٦٧ فقط ـ مع العمل على ترجمتها ونشر طبعات شعبية منها ، ونقول اليوم لموسى ديان « ان العرب يقرأون » فقد قال الرسول العربى صلى الله عليه وسلم ما معناه « **من تعلم لغة قوم أمن مكرهم** » ٠

المبدأ السابع ـ تأصيل العقيدة :

ولا جدال فى أهمية وجود العقيدة وقيامها كدافع مؤثر فى سلوك الفرد والجماعات ٠ ونحن نعنى بذلك العقيدة الدينية بقدر ما نعنى العقيدة القومية ٠

وفى العقيدة الدينية تمجيد للقتال والاستشهاد من أجل الوطن ، وفى تاريخ العقيدة القومية بطولات رائعة عبر تاريخنا المجيد ·

ومن المهم أن تعمل الخطة الاعلامية فى اطار تأكيد الشعور بالانتماء الى الوطن مستهدفة دعم المثل الاخلاقية والدينية ·

وعلى مستوى الرأى العام العالمى :

المبدأ الأول ـ رفع الرقابة على البرقيات الصحفية :

وكان هذا من أوائل القرارات التى صاغت خطتنا الاعلامية الآن · ذلك اننا وجدنا البلاد قبل ١٥ مايو سنة ١٩٧١ تموج فى بحر من الشائعات والنكت السياسية بلغت حدا لاذعا عندما سمعنا الشعب « ينكت » على نفسه ويسخر من مقوماته !

وعلميا ، فانه كلما زاد الغموض والتوتر زادت الشائعات ·

ولقد وجدنا أن الغموض قبل ١٥ مايو كان يرجع الى ما كانت تمارسه السلطات آنذاك من رقابة شديدة مطلقة على البرقيات الصحفية · أما الآن فقد أصبح المراسلون الأجانب فى مصر ـ وعددهم يربو على الثلاثمائة مراسل ومندوب ـ أحرارا فى أن يبرقوا بما يشاءون ·

وفى مقابل تلك الحرية ـ ومتوازيا معها ـ فاننا فى حالة وجود أكاذيب نقوم بايضاح الحقائق ونحتفظ لأنفسنا بحق التصحيح المتعارف عليه دوليا · وفى سبيل ذلك نيسر للمراسلين الأجانب وسائل التعرف على الحقائق بوساطة مكتب متخصص يستمر فى العمل لمدة ٢٤ ساعة متواصلة ·

واحقاقا للحق فان هناك مصلحة مشتركة بيننا وبين هؤلاء المراسلين الصحفيين ـ وهى نشر الحقائق ـ وأيضا من مصلحتنا أن نعرف الأكاذيب التى تصلهم عن طريق مندوبيهم فى أنحاء البلاد خاصة وهم ينفقون آلاف الجنيهات للحصول على الأخبار ـ الحقيقية منها والكاذبة ـ ولم يمض أكثر من شهر على اتباع هذه السياسة حتى اكتسبنا ثقة المراسلين الأجانب الى جانب القضاء على الشائعات و « النكت » السياسية ·

المبدأ الثانى ــ وضع استراتيجيات لكل دولة ، ويتم ذلك :

(أ) بفهم اللغة التى تناسب كل دولة وكيف تصل اليها ٠

(ب) بدراسة أساليب الدعاية والاعلام لكل دولة ، بما فى ذلك اسرائيل ٠

(جـ) الاتصال المنظم مع صانعى القرار السياسى فى كل دولة ٠

فلقد درجنا كثيرا على استعمال أسلوب الشتائم مع بريطانيا مثلا ــ بلا فائدة ــ ولكن حدث تغيير فى أسلوبنا بعد مبادرة السيد رئيس الجمهورية فى النصف الثانى من عام ١٩٧١ وبدأنا نخاطب بريطانيا بلغة المصالح المشتركة ، من ناحية أن بريطانيا تعانى مصاعب كثيرة من اغلاق قناة السويس ٠ ومن هنا فبعد أن أعلن السيد الرئيس السادات مبادرة الاستعداد لفتح قناة السويس ــ على أن يرتبط ذلك بالحل الكلى للمشكلة ــ لم تملك الصحافة الانجليزية ووسائل الاعلام فى بريطانيا والأحزاب السياسية الا أن تصفق للقرار ٠ ولأول مرة فى تاريخ بريطانيا السياسى مع مصر تقف بريطانيا فى الأمم المتحدة مؤكدة ضرورة تنفيذ قرار مجلس الأمن رقم ٢٤٢ الذى يقضى بانسحاب اسرائيل بعد أن لعبت لغة المصالح دورها بدلا من لغة العواطف ٠

المبدأ الثالث ــ رفع التشويش عن الاذاعات :

اذ أننا لا نخشى ولا نخفى شيئا ٠ وما دمنا نسمح باعطاء معلومات بصفة مستمرة فان حجم الحقائق سيتزايد أمام حجم المعلومات الكاذبة ٠

المبدأ الرابع ــ التحرير بدلا من الحرب :

اننا نخاطب العالم بلغة السلام وهى اللغة التى يحب كل فرد فى العالم أن يسمعها ٠ أما ترديد كلمة الحرب فانه يظهرنا أمام العالم بمظهر الدولة التى لا تريد الا الحرب من أجل الحرب ، وهو أمر مكروه لدى الرأى العام العالمى ، لهذا ينبغى أن نستبدل الحرب بالتحرير ونعلن أننا نريد تحرير الأرض ــ وهو حق مقدس ــ ولقد تعرضت كل دولة خلال تاريخها للعدوان وقامت بتحرير أرضها ٠

ومن قبيل تطبيق اللغة التى يحب العالم أن يسمعها ما فعلته فى احدى محاضراتى فى جامعة كمبردج عام ١٩٦٩ ، وكنت أتحدث عن نظرية خاصة بالوجود الاسرائيلى على الأرض الفلسطينية وكانت الفكرة التى أنادى بها هى نزع الصهيونية من اسرائيل :

ومقتضى هذه الفكرة هو أن اليهود عاشوا مدة طويلة مع العرب فى أمان وفى معايشة سلمية ، وعندما تغلغلت الصهيونية بين اليهود بما تتضمنه من خطة التوسع بدأ العداء بين العرب واليهود الصهاينة ، وكانت النتيجة أنه بعد انتهاء محاضرتى علق بعض أساتذة الجامعات من اليهود بأنه « لو نزعت الصهيونية من يهود اسرائيل لعاش العرب واليهود عيشة طيبة يسودها السلام » ٠

المبدأ الخامس ـ عدم التفرقة بين الاستهلاك المحلى والاستهلاك الخارجى :

لقد قضى تقدم وسائل الاتصال على الحواجز الطبيعية والأبعاد المكانية والزمانية وأصبح ما يقال فى الداخل يذاع وينشر فى الخارج فى ذات اللحظة ٠ ومن هنا ينبغى توحيد لغة التصريحات فى الداخل والخارج ، أى أن نتحدث بلغة واحدة وفقا لأساليب ثلاثة :

- **أسلوب توحيد العدو :** فمن العبث التحدث عن أعداء كثيرين ، فقد يتصور البعض أن العالم كله عدوهم ، مما يؤدى الى تثبيط الهمم ، لذلك ينبغى أن تهتم الخطة باسقاط العداء على عدو واحد ٠

- **أسلوب المفاجأة :** ونعنى بذلك اما أن تتظاهر بقوتك لتحاول خداع العدو وغرس الخوف فى أعماقه واما أن تكون بالفعل على وشك الهجوم فتظهر قوتك وتفاجىء بها عدوك ، ومهما يكن من أمر فان هذا وذاك يفصل بينهما اطار الملابسات والظروف المحيطة بالموقف ٠

- **أسلوب الاعتدال فى المخاطبة :** فلن يفيدنا كثيرا اللجوء الى السباب والشتائم والتشنج ، انما المؤكد هو أنه سيفيدنا كثيرا أن نتحدث بالأساليب التى يقبلها الانسان فى المجتمع العالمى ، بناء على دراسة واعية للدول وللشعوب٠

المبدأ السادس ـ الانفتاح الاعلامى على الخارج :

ويعتبر ذلك مكملا للسماح بتداول الكتب عن العدو الاسرائيلى ورفع الرقابة عن البرقيات الصحفية ٠ والهدف من الأخذ بهذا المبدأ هو تفهم أساليب الدعاية المعادية ومعرفة كيف يفكر العالم ٠

ومن أمثلة ذلك ـ ولكى نتفهم أساليب اسرائيل فى الدعاية ـ لا مانع من أن نستعيد حديثا لديان أذيع فى التليفزيون البريطانى التجارى حول : هل حققت اسرائيل السلام بعد حرب ١٩٦٧ ؟ ٠٠ قال ديان « ان اسرائيل لم تحقق السلام،

فلا زال المدنيون فى الطرق الصحراوية يرفضون التعاون مع العسكريين حتى أنه هو شخصيا أصبح فى موقف مزعزع جـدا فى اسرائيل ، مما قد يضطره الى الاستقالة » • والهدف من وراء ذلك أنه يريد أن يعطى انطباعا للرأى العام بأن اسرائيل تريد السلام وهى اللغة التى يفهمونها هناك فى بريطانيا •

المبدأ السابع ـ بناء رأى عام قوى :

لقد تغلغلت اسرائيل فى الرأى العام العالمى أولا لأنها تعمل وفقا لخطـة طويلة المدى منذ عام ١٨٩٧ ، وثانيا لأنها تمتلك ٨٩٠ صحيفة الى جانب محطات اذاعة وتليفزيون • وأكثر من ذلك تملك السيطرة على عدد كبير من الشركات التى تقوم بعمليات اعلامية وتمارس ضغطا على دور الصحف الكبرى • ويساعد اسرائيل فى بناء رأى عام قوى مؤيد لها الأخطاء التى نقع فيها وتعرف اسرائيل كيف تحولها الى مكاسب فى غيبة الاعلام العربى السليم •

ومن هنا يتعين على تخطيطنا أن يستهدف بناء رأى عام قوى مؤيد مع فهم عميق لأخطاء اسرائيل وتصيد لتناقضات دعايتها واعلامها ، فهى ليست معجزة اعلامية • فنحن قد هزمناها اعلاميـا كما صرح قادتهـا عام ١٩٥٦ • وما كان ليتحقق لنا ذلك الا بتفهم علمي للرأى العام العالمى دراسة وتحليلا ، مع اتباع الأساليب العلمية لكيفية مواجهة كل نوع من أنواع الرأى العام المنحاز أو المؤيد أو المحايد لاتجاه معين • وبصفة عامة فان التغلغل الصهيونى الراسخ فى الرأى العام العالمى يجعل من الصعب علينا أن نؤثر فى هذا الرأى العام ولكن هـذا لا يعنى اليـأس وترك الميـدان ، بل لا بد من العمل الدؤوب وكما قال السيد الرئيس السادات : الصبر والصمود حتى يتم لنا النصر •

وأذكر أنه فى محـاضرة لى فى بريطانيـا عن « دور بريطانيا فى الشرق الأوسط » عام ١٩٦٩ ، كان السؤال هو : هل ننتظر من بريطانيا أن تؤيدنا فى المعركة القادمة ضد اسرائيل ؟ •• وكان ردى : اننى أعتقد أن الهيكل السياسى لبريطانيا قائم على حزبين : حزب محافظين وحزب عمال • الأول ضد العرب والثانى مع اسرائيل ، والنتيجة انهما معا ضد العرب ومن هنا تكون الخطة هى الانطلاق من مبدأ المصلحة المتبادلة ـ التى بادر بها فيمـا بعـد السيد الرئيس أنور السادات •

وعلى الرغم من أننا استطعنا كسب تأييد بريطانيا فانه ينبغى أن نعرف معنى هذا التأييد •• فهو تأييد لموقف معين ـ موقف السلام والعمل من أجل السلام ـ ومن هنا ينبغى أن نؤكد هذا الكسب بتأكيد رغبتنا فى السلام خاصة

وان اسرائيل تمتلك رأسمالا يقدر بـ ٢٠٠ مليار جنيه استرلينى فى بريطانيا وحدها ، وهذا يمثل جزءا كبيرا من اقتصاد انجلترا بقدر ما يشكل قوة ضاغطة على الرأى العام ٠

المبدأ الثامن – الاستعانة بابنائنا فى الخارج :

فان جانبا كبيرا من نجاح اسرائيل الدعائى يعتمد على اليهود المنتشرين فى شتى بلاد العالم والذين يتحركون فى اطار الولاء المزدوج والجنسية المزدوجة ٠ ومن هنا فعلينا أن نستعين بأبنائنا ومبعوثينا ، وقد سبق خلال معركة ١٩٥٦ أن حولناهم الى « جيش الحق » مما أفادنا كثيرا فى معركة الاعلام ، وكانت معركة ناجحة الى حد أن بن جوريون قال « لقد انتصرت علينا مصر بالدعاية » ٠

المبدأ التاسع – حسن اختيار رجال الاعلام :

ان الاعلام رسالة ، وحامل الرسالة ينبغى أن يكون على خلق ومقدرة ؛ فالله سبحانه وتعالى عندما اختار محمدا صلى الله عليه وسلم لحمل أقدس الرسالات قال : « **وانك لعلى خلق عظيم** » ٠٠ وقال : « **لو كنت فظا غليظ القلب لانفضوا من حولك** » ٠ فالأخلاق والمقدرة والكفاءة هى العناصر الأصيلة لرجل الاعـــلام وخاصة فى الخارج ٠

اننا نواجه تحديا حضاريا تاريخيا سبق أن واجهته مصر عبر التاريخ ، فهى دائما هدف الطامعين فى التوسع وإنشاء الامبراطوريات ابتداء من الأشوريين الى الرومان والعثمانيين والانجليز الى اسرائيل وأمريكا ٠ لهذا يجب أن نواجه هذا التحدى بتخطيط اعلامي على الأسس والمبادىء العلمية من أجل النصر المحقق بإذن الله فى معركتنا المصيرية ٠

ملاحظات عامة عن الاعلام العربى

هناك ملاحظات عامة عن الاعلام العربى بالنسبة للغرب • ومن واجبنا أن نعمل على تغيير المفاهيم الاعلامية التى سار عليها الاعلام العربى فى الماضى حتى يمكن أن نغير الصورة التى أصبحت أشبه بعقيدة ثابتة فى أذهان الكثيرين فى الغرب، ولا يتأتى هذا الا اذا قمنا نحن بالتغيير السليم « **ان الله لا يغير ما بقوم حتى يغيروا ما بانفسهم** » وهناك حكمة اعلامية يجب أن نتذكرها دائما فى اعلامنا ضد الصهيونية والاستعمار هى : « **لا ينتصر الشر الا عندما يتقاعس الصالحون عن العمل** » •

مشكلات الاعلام العربى ازاء العالم الغربى :

الأولى : يقع اللوم على الغرب المتعصب الذى لا يريد أن يسمع رسالة العرب ، بل يقاوم هذه الرسالة •

الثانية : يقع اللوم على بعض العرب الذين لا يرغبون فى شرح قضيتهم •

الثالثة : منع الصحفيين الأجانب الذين دخلوا اسرائيل من الذهاب الى البلاد العربية ، وكانت نتيجته أن الصحف الغربية أحجمت عن ارسال مراسلين الى اسرائيل وبذلك فانها تجمع معلوماتها ورسائلها من المراسلين الاسرائيليين ، فى حين أنه اذا سمح لهم بأن يذهبوا الى اسرائيل ويدخلوا البلاد العربية فان النتيجة ستتمثل فى أن بعض هؤلاء المراسلين قد ينتقد الأوضاع فى داخل اسرائيل نفسها •

الرابعة : الرقابة ـ فرضت الرقابة قبل مايو ١٩٧١ فكانت الحيلة الصحفية المتبعة هى ذهاب الصحفى الأجنبى من مصر مثلا الى بيروت ليكتب ما يشاء • ولكن الآن سمح لكل صحفى أن يكتب ويرسل برقياته بدون أى رقابة ، حتى ولو كانت بلغات أجنبية مختلفة • ونحن ، من جانبنا ، نقوم بتصحيح هذه الأخبار للصحفيين الأجانب اما بالبلاغات الرسمية واما باقناع الصحفى نفسه بأن هذه الأخبار غير صحيحة •

الخامسة : العمل على تكوين عدد من الصحفيين فى الغرب متفهمين للقضية العربية والأحاسيس العربية وذلك بمنحهم **منحا** تعليمية حتى يقفوا على

مشاكلنا وطرق حلهـا بحيث يمكنهم الكتابة عنهـا فى أى وقت فى المستقبل ، وبذلك نقضى على الجهل لدى بعض الصحفيين الأجانب ، ونكتسب أصدقاء لنا يتحدثون عنا ·

السادسة : مخاطبة الصحفيين الأجانب بلغة يفهمها الغرب · فالصحفى الأجنبى لا يميل الى لغة الخطابة أو الشعر بل يريد الخبر وشرحه والتعليق عليه بالحقائق والأرقام ·

السابعة : حجب المعلومات عن الصحف الغربية فى حرب يونيو ١٩٦٧ · فقد وضع الاعلام العربى نظارة سوداء ليمنع رؤية الحقائق عن البلاد · وهناك مثل واقعى حدث، فقد نشرت جريدة **فرانس سوار** على صفحتها الأولى أن مصر كانت البادئة **فى حرب يونيـو** · والسبب فى هـذا الخطأ ليس ناتجا عن سوء نية الجريدة بقدر ما هو ناتج عن تصرفات عربية خاطئة · فقد قطعت مصر اتصالاتها بالعالم الخارجى طوال أيام حرب يونيو بحيث لم تكن تصل للخارج سوى الأخبار المستقاة من المصادر الاسرائيلية ·

كذلك كان عمال وموظفو الاتصالات اللاسلكية فى بعض البـلاد العربية يتوقفون عن العمل من الثانية بعد الظهر حتى السابعة مساء ؛ وكانت الاتصالات تتكاثر فى المساء بحيث تتطلب جهودا أكثر وانتظارا طويلا ، بينما تعمل وسائل الاتصالات الخارجية فى اسرائيل طوال ٢٤ ساعة ·

لذلك تدفقت الأخبـار الاسرائيلية على الصـحف الأجنبية حتى أغرقتها هذه الأخبار فى صالح اسرائيل فى غيبة الأخبار العربية ·

الثامنة : يجب ألا تجرفنا العاطفة · فاذا نشرت جريدة أجنبية خبرا خاطئـا فيجب الا نحكم عليها بأنها معادية ونمنعها ونعامل الصحفى معـاملة قاسية **ونطرده** من البلاد ، بل من واجبنا أن نصحح الخطأ مرة ومرات ، ويجب ألا نتوقع من الصحافة فى شتى أنحاء العالم أن تكتب وتنشر ما نكتبه نحن فى مصر ·

لذلك يجب تفهم واقع الصحف الغربيـة ، ويجب ألا نحكم على الصحف الغربية بمعاييرنا الخاصة ؛ كما يجب التعرف على طريقـة تفكير الصحافة الغربية فى القضايا العربية ·

التاسعة : بعض أسباب تأييد الصحف الغربية والرأى العام لاسرائيل :

١ - الشعور بعقدة الذنب بالنسبة لما قاسى منه اليهود على أيدى النازى .

٢ - كثرة الأخبار الخاطئة التى نشرت فى الماضى عن العرب بحيث أصبحت الصورة فى ذهن الفرد الغربى ان هذه الأخبار السيئة عن العرب **حقائق ثابتة** .

٣ - أن بعض الصحف العربية لا تفرق بين اليهودى والاسرائيلى فتهاجم اليهودى ، ولذلك فان الدعاية الاسرائيلية تتهم العرب بالعنصرية .

٤ - تفهم الاسرائيليين لعقلية الغربيين ، ولذلك نجد الاسرائيليين يخاطبون الغربيين باللغة والأسلوب اللذين يفهمهما الغرب .

٥ - فى حرب يونيو نشرت فى العالم الغربى أنباء عن تصريحات هستيرية ضد اسرائيل وضد الوجود الاسرائيلى نفسه والنساء والأطفال صادرة عن بعض العرب ، مما جعل الغربيين يعتبرون تلك التصريحات دليلا على ميل للعدوان على الانسانية جمعاء ، وما ترتب على ذلك من اعتبار هذا العمل دليلا على البربرية ، لذلك فان التصريح الذى أدلى به بعض العرب عن القاء اسرائيل فى البحر أو أننا سنضع الأطفال والنساء الاسرائيليين فى قوارب ونتركهم فى البحر اذا ما دخلنا تل أبيب ... كان كل هذا من الأعمال الضارة اعلاميا لأنه استعدى الفرد الغربى على العرب .

٦ - تحاول الدعاية الصهيونية اظهار اسرائيل بأنها مهددة بمذبحة هائلة لأطفالها ونسائها وهذا يذكر المواطن فى الغرب بما فعله هتلر ضد اليهود فى ألمانيا .

٧ - تصريحات المسئولين العرب بأن اسرائيل بلد صغيرة ومحاطة بالبلاد العربية التى فى امكانها القضاء عليها ، لذلك ظهرت مقالات فى الغرب بعنوان « الحمل وسط الذئاب » ونالت اسرائيل الشفقة من كثير من الغربيين .

٨ - امتلاك الصهيونية لأجهزة الاعلام ، فهناك ٨٩٠ صحيفة فى العالم تنطق دائما بما تقوله اسرائيل ؛ هذا بخلاف أجهزة الاعلام الغربية التى تساهم فيها الصهيونية بالمال أو بالاعلانات .

الفصل الخامس عشر

الصحافة فى مجتمعنا الاشتراكى الديمقراطى

« ان الكلمـة الحرة ضـوء كشـاف أمام الديمقراطية السليمة ...

« ان حـرية الكلمـة ، هى المقـدمة الأولى للديمقراطية ...

« حرية الكلمة ، هى التعبير عن حرية الفكر فى أى صورة من صوره ...

« كذلك ، فان حـرية الصحافة ـ وهى أبرز مظاهر حرية الكلمة ـ يجب ان تتوافر لها كل الضـمانات » ...

ان تلك العبارات المقتبسة من ميثاق العمل الوطنى تبين بوضوح بليغ مدى الأهميـة التى تعلقهـا مصر على حرية الصحافة بوصفها : « أبرز مظاهر حرية الكلمة » .

واذا أردنا أن نتحدث عن الصحافة وحريتها فى مجتمعنا الاشتراكى وجب أن نشير الى الصحافة فى الكتلة الغربية .. وكذلك فى الكتلة الشرقية .

فالصحافة فى الدول الغربية تخضع لسيطرة رأس المـال ، أو الأحزاب السياسية أو شركات الاعلان .

لذلك فهى تعبر عن الذى يدفع أكثر للصحافة .. أى أنهـا سـلعة تباع وتشترى .. وقد وجدناها تارة تعمل من أجل الاثارة وطورا من أجل التجارة .

ولا يمكن لصحافة هذه حالها أن تعبر عن الرأى العام أو تقود المجتمع الذى تعمل فيه ، ومن ثم استطاعت الصهيونية والشركات الرأسمالية أن تشترى كثيرا من هذه الصحف ‥ أو أن توجهها ٠

وأصبحت حرية الصحافة مجرد كلمة جوفاء لا تعبر الا عن حرية الأحزاب وحرية الشركات الرأسمالية ‥ حرية الصهيونية ‥ حرية الاثارة ‥ حرية من يدفع أكثر ٠

وهكذا ضاعت الصحافة الشريفة الحرة في وسط هذه المؤثرات التى هدمت الحرية بمعناها ومبناها ٠ ويكفى أن تعلن اسرائيل أن الصهيونية لها ٨٨٩ صحيفة فى العالم لنعرف مدى نفوذ الصهيونية على الصحافة فى الدول الغربية وبالتالى ضياع الحرية ٠

اما الصحافة فى الدول الشرقية فهى تنطق باسم جهات معينة فى الدولة مثل الجيش والحزب ‥ الخ ٠

فهى صحافة هذه الأجهزة ‥٠ وهذه صورة أخرى من صور ضياع المدلول الحقيقى لحرية الصحافة كأداة حرة لتكوين الرأى العام الذى ينبغى أن يكون صاحب السيادة الحقيقية فى كل نظام ديمقراطى ٠

واذا تكلمنا عن صحافتنا نحن فى مجتمعنا الاشتراكى العربى ، نجد أنه بالرغم مما ورثته الصحافة العربية فى مصر من أدران عهود الاقطاع ، وعلى الرغم من ضياع حرية الصحافة فى تلك العهود بسبب القوانين الصارمة التى وقفت بالمرصاد لحرية النشر وفرضت ، بالتشريع ، محظورات ترتفع على النقد ، وأخضعت الصحافة للمصالح الحاكمة عن طريق قوانين النشر الظالمة وعن طريق الرقابة التى وقفت سدا حائلا دون الحقيقة ، وكذلك بسبب تزايد احتياجات المهنة نفسها لمعدات التقدم الآلى ، بحيث لم يعد فى قدرتها الا أن تخضع لارادة رأس المال المستغل وأن تتلقى منه — وليس من جماهير الشعب — وحيها واتجاهاتها السياسية والاجتماعية ‥ بالرغم من هذا كله فقد تمكنت الصحافة فى مصر من تأدية رسالتها نحو جماهير الشعب العربى فى السنوات العشر التالية للثورة ، وأسهمت بجهد مشكور فى شرح أهداف الثورة للرأى العام العربى ، ووقفت فى المعارك المريرة الحاسمة التى خاضها الشعب تحت لواء الثورة الظافرة ضد مؤامرات الاستعمار وأعوانه وضد الاقطاع والاحتكار .. وقفت

مع الشعب مواقف مشرفة محمودة تبصره بحقيقة الأمور ، وتكشف له نوايا المتآمرين ، وتنزع القناع عن حقيقة أطماعهم ، وتكشف عن مواطن الفتنة فى خططهم الشيطانية وتدافع عن مكاسب الشعب ومغانم الثورة ٠

ولعل من أبرز الأمثلة على ذلك وأبلغها موقف الصحافة العربية فى أثناء العدوان الثلاثى الغادر على مصر فى سنة ١٩٥٦ حينما أراد الاستعمار أن يكتم صوت مصر فضرب بقنابله محطة الاذاعة ليعزل الشعب عن قيادته ، وليسهل عليه التمويه على الجماهير بأكاذيبه وأباطيله التى كان يملأ بها اذاعاته الموجهة الى الأمة العربية من عواصمه وقواعده الاستعمارية والسرية فى قبرص وغيرها ، فحملت الصحافة العربية فى مصر العبء وخاضت المعركة وخرجت الصحف فى أربع وخمس ، بل وعشر طبعات يومية فى بعض الأحيان لكى تنشر كلمة الصدق وتزود الشعب بالحقائق والتطورات السريعة دقيقة بدقيقة ، حتى عاد صوت مصر يصل الى أسماع الأمة العربية من جديد عن طريق صوارى الارسال ومحطات الاذاعة الجديدة أو التى تم اصلاحها ٠

واذا كان ذلك أروع مثل من الأمثلة العديدة على مواقف الصحافة المشرفة فلا يجب أن ننسى مواقفها من معارك الحرية التى خاضها الشعب العربى ضد مؤامرات وأباطيل حلف بغداد ، وفى الجزائر وفى المغرب قبيل استقلالهما وفى تونس وفى العراق وفى سوريا وفى عمان وفى كل مكان ٠٠ كما لا ننسى مواقفها فى معارك التأميم ومعارك التحول الاشتراكى فى مصر ٠

تمليك الصحافة للشعب :

لقد كان هذا هو جهد الصحافة العربية فى مصر ، وكانت تلك هى مواقفها من الأحداث الخطيرة التى مرت بحياة شعبنا المكافح فى أعقاب ثورة ٢٣ يوليو ٠٠ ولكن كانت هناك أيضا أخطاء وكانت هناك سقطات وعثرات ٠٠ فقد كان وضع الصحافة ، فى حد ذاته وليد النظام الرأسمالى ، موروثا عن عهود سيطرة الطبقة الواحدة ، ولم تكن الصحافة قادرة على الحياة الا اعتمادا على رأس المال الذى كان يملك الاعلان بحكم ملكيته للصناعة والتجارة ٠

لذلك ، فقد أملى التطور الاشتراكى للمجتمع العربى ، وأملت الظروف والسمات الجديدة لهذا المجتمع — بعد أن تحرر من سيطرة رأس المال المستغل ومن سلطان الأحزاب وأصحاب المصالح — ضرورة تعديل وضع الصحافة المصرية

ذلك الوضع الذى أصبح لا يتلاءم مع التغيير الثورى الذى خلص المجتمع نهائيا من قبضة الرجعية وأسقط ديكتاتورية الطبقة الواحدة .

ففى ٢٤ مايو سنة ١٩٦٠ ، صدر قرار رئيس الجمهورية العربية المتحدة بتنظيم الصحافة ، وكان أساس هذا التنظيم هو تمليك الصحافة للشعب .. وتقول المذكرة التفسيرية لهذا القانون فى ذلك : « أن ملكية الشعب لوسائل التوجيه الاجتماعى والسياسى أمر لا مناص منه فى مجتمع تحددت صورته باعتباره مجتمعا ديمقراطيا اشتراكيا تعاونيا ، بل ان ذلك الوضع يصبح نتيجة منطقية لازمة لقيام اتحاد قومى (الآن الاتحاد الاشتراكى العربى) يوجه العمل الوطنى الايجابى الى بناء المجتمع على أساس من سيادة الشعب وتحمله بنفسه مسئوليات العمل لاقامة هذا البناء » .

« واذا كان القضاء على سيطرة رأس المال على الحكم يمثل أحد الأهداف الرئيسية الستة للثورة باعتباره أحد الطرق القويمة الى اقامة ديمقراطية حقة فان هذا يستتبعه بالتالى ألا تكون لرأس المال سيطرة على وسائل التوجيه ، لأن قوة هذه الوسائل وفعاليتها مما لا ينكره أحد ، ووجود أية سيطرة لا تستهدف مصالح الشعب على هذه القوة ، من شأنه أن يجنح بها الى انحرافات قد يكون لها أثرها الخطير على سلامة بناء المجتمع ، كما أن مجرد وجود مثل هذه السيطرة يشكل تناقضا كبيرا مع أهداف المجتمع ووسائل بنائه » .

« وليس هناك من يجادل فى أن ملكية الشعب لأداة التوجيه الأساسية ـ وهى الصحافة ـ هى العاصم الوحيد من هذه الانحرافات ، أو أنها الضمان الثابت لحرية الصحافة بمضمونها الأصيل وهو حق الشعب فى أن يتابع مجريات الحوادث والأفكار وحقه فى ابداء رأيه فيها وتوجيهها بما يتفق وارادته » .

« وعلى هذا النحو يتحقق للصحافة وضعها فى المجتمع الجديد باعتبارها جزءا من التنظيم الشعبى الذى لا يخضع للجهاز الادارى ، وانما هى سلطة توجيه ومشاركة فعالة فى بناء المجتمع شأنها فى ذلك شأن غيرها من السلطات الشعبية كالمؤتمر العام للاتحاد القومى (الآن الاتحاد الاشتراكى العربى) وكمجلس الأمة (الآن : مجلس الشعب) .

كانت هذه هى المعانى التى استوحى منها القانون رقم ١٥٦ لسنة ١٩٦٠ نصوصه والتى بها تتأكد للشعب ملكية وسيلة التوجيه الكبرى والتى بها أيضا تتأكد المعانى الأصيلة للديمقراطية وفى مقدمتها حرية الصحافة .

وترتيبا على هـذا كان من المحتم على المشرع أن يتعرض بالتنظيم لملكيـة الصحف ، كما يتعرض أيضا لما ينبغى أن يتوافر لكل من يتصدى لهذه الخدمة العـامة الجليلة الشأن تمكينا لرسـالتها من أن تؤدى على خير نحو تتحقق به أهداف المجتمع الديمقراطى الاشتراكى التعاونى ٠

وقد أبرز الميثاق مرسى القانون وأهدافه ، وبلورها فى العبارات التالية :

« ان ملكية الشعب للصحافة ـ التى تحققت بفضل قانون تنظيم الصحافة الذى أكد فى نفس الوقت استقلالها عن الأجهزة الادارية للحكم ـ قد انتزعت للشعب أعظم أدوات حرية الرأى ومكنت أقوى الضمانات لقدرتها على النقد » ٠

« ان الصحافة ـ بملكية الاتحاد الاشتراكى العربى لها ٠٠ هذا الاتحاد الممثل لقوى الشعب العاملة ـ قد خلصت من تأثير الطبقة الواحدة الحاكمة ، كذلك خلصت من تحكم رأس المال فيها ومن الرقابة غـير المنظورة التى كان يفرضها عليها بقوة تحكمه فى مواردها » ٠

« ان الضمان المحقق لحرية الصحافة هو أن تكون الصحافة للشعب ، لتكون حريتها بدورها امتدادا لحرية الشعب » ٠

كذلك ، فقد أكد دستور ٢٥ مارس سنة ١٩٦٤ ، ثم دستور مصر الدائم الصادر فى سنة ١٩٧١ ، هذه الحرية من جديد فى الكلمات التى تقول :

« حرية الصحافة والطباعة والنشر مكفولة فى حدود القانون » ٠

استقلال الصحافة عن السلطة التنفيذية :

وهكذا تتضح لنا حقيقتان هامتان :

اولا :

ان الأهمية العظمى التى يوليها المجتمع العربى الحديث لحرية الكلمة وحرية النقد قد أملت على المشرع العربى أن يحرص على تحرير الصحافة تحريرا كاملا من القيود الظاهرة والخفية التى كانت تقيدها فى ظل حكم الطبقـة الواحـدة المنقرض ، ويحرص على ضمان استقلالها تماما عن الأجهزة الادارية للحكم ، أى عن السلطة التنفيذية ٠

بل لقـد بلغ من حرص المشرع وغيرته على حرية الصحافة أن اعتبرها ـ كما جاء فى المذكرة التفسيرية للقانون رقم ١٥٦ لسنة ١٩٦٠ سالف الذكر ـ **« جزءا من التنظيم الشعبى الذى لا يخضع للجهاز الادارى ، وانما هى سلطة توجيه ومشاركة فعالة فى بناء المجتمع ، شأنها فى ذلك شأن غيرها من السلطات الشعبية ، كالمؤتمر العام للاتحاد القومى (الاتحاد الاشتراكى العربى الآن) ، وكمجلس الأمة ـ مجلس الشعب الآن »** ٠

ثانيـا :

ان الضمانات الكاملة التى أحاط بها المشرع حرية الصحافة تفتح الباب على مصراعيه أمام الصحفى للقيام بواجبه تجاه اثارة الرأى العام وممارسة الصحف لحق النقد سواء بما يكتبه محرروها أو عن طريق ما تنشره من شكاوى وآراء جماهير القراء ٠

ولعله يجدر بنا هنا ان نذكر بعض الآراء لمشاهير المدافعين عن اطلاق حرية الصحافة وتحريرها من القيود القانونية ومن سلطان السلطة التنفيذية عليها :

فقد كان « **ميرابو** » فى طليعة أصحاب هذه النظرية ٠٠ فجهر بها منذ فجر الثورة الفرنسية ، بحجة أن حرية الصحافة دواء لكل الأدواء ، وأن تقييدها لا يعوق الا الشرفاء ٠ **وايده فى فاتحة القرن الماضى « ريبـه كولار » بعبارته المأثورة « فى شئون الصحافة ، خير القوانين عدم وجود قانون »** ٠

ولأن هـذا القول قد يستغل استغلالا سيئا فاننـا لا نوافق عليـه على اطلاقه ٠٠ وهو قد يكون مقبولا ، اذا فهم على أنه يدعو الى عدم خضوع الصحافة لرقابة ادارية صارمة ، وانما لا بد لحرية الصحافة أن تمارس فى ظل القانون ٠

كما اقترح « **الفريد ناكيه** » على مجلس النواب الفرنسى فى سنة ١٨٧٦ الغاء جميع القوانين المقيدة لحرية الصحافة ٠

كذلك كتب « **جول سمون** » يقول : « انى صحفى قديم ، عركت القوانين ، ويقينى أنه لا خيـار الا بين أمرين أحلاهما مر : الاخضـاع التـام أو الحرية المطلقة ، أما النظم التى تجمع بينهما ، فانها مشوبة بجميع الأخطار التى تهدد الحرية بكل ما فيها من مذلة الاستعباد » ٠

ويذهب الأمريكيون مذاهب بعيدة فى هـذا الصـدد ، فيقول « **توماس جيفرسون** » فى سنة ١٧٨٦ : « حريتنا متوقفة على حرية الصحافة ، وحرية الصحافة لا يمكن تحديدها بغير تضييعها » •

ضمانات الشعب ضد انحراف الصحافة :

ومع هذا فان اطلاق حرية الصـحافة يتطلب ضـمانات لتأكيد سـلطان الشعب على هذه الأداة الحيوية من أدوات ابداء الرأى والنقد •

ومما يؤكد هذا السلطان الشعبى فى نظامنا ، ما نصت عليه الفقرة (ز) من المادة الخامسة من قانون الاتحاد الاشتراكى العربى ، من انه للعضو العامل بالاتحاد الحق فى : « أن يناقش المسائل التى تتصل بسياسة الاتحاد الاشتراكى العربى وتحقيق أهدافه فى الصحافة » •

كما تقول الفقرة (د) من نفس المادة انه من حق العضو العامل أيضا • « أن يتقدم بالأسئلة والاقتراحات الى تنظيمات الاتحاد الاشتراكى العربى وأن يوجه الانتقادات التى يرى أنها كفيلة برفع مستوى الاتحاد الاشتراكى العربى وتنظيماته » •

وتعتبر الصحافة ــ بملكية الاتحاد الاشتراكى لها ــ من التنظيمات التابعة له التى يحق للعضو العامل فيها أن يوجه اليها الانتقادات وأن يتقدم بشأنها بالأسئلة والاقتراحات كما جاء فى تلك الفقرة •

وبالاضـافة الى ذلك ، فثمة شروط أوجبهـا القـانون لمبـاشرة مهنـة الصحافة ، تضمن عدم الاشتغال بها للعناصر التى لا تليق بهذه المهنة الخطيرة ، ومن أهم هذه الشروط ما جاء فى المادة (٢) من القانون رقم ١٥٦ لسنة ١٩٦٠ الخاص بتنظيم الصحافة •• وتنص هذه المـادة على أنه : « لا يجوز العمل فى الصـحافة الا لمن يصـــدر له ترخيص بذلك من الاتحـاد القومى ــ الاتحـاد الاشتراكى الآن » •

هذا من ناحية الضمانات القانونية الواردة فى نصوص التشريعات فيما يختص بضمان سلطة الشعب على الصحافة ورقابته عليها منعـــا لاحتمالات الانحراف • ومن ناحية أخرى **فان تعدد الصحف وتعدد الأقلام الحرة التى تكتب فيها وتمثل مختلف اتجاهات الرأى العام يؤلف ــ فى حد ذاته ــ ضمانا هاما وأكيدا ضد التردى فى أى انحراف •**

اذ أننا نجد أن أصحاب الأقلام فى الصحف المختلفة يتصدون لبعضهم البعض بالنقد والرد ، وما أن تبدأ حملة للرد على رأى أو اتجاه لكاتب من الكتاب حتى نرى حماسا من أصحاب الرأى فى تأييد هذا أو ذاك ، وفى ذلك كله — فى النهاية — احقاق للحق واظهار للثمين من الغث ، كما أن فيه تنشيطا وتنويرا للرأى العام المتتبع لهذه الحملات المتبادلة بين الكتاب • بل انه كثيرا ما يشترك القراء وتفسح لهم الصحف مجال الاسهام فى المناقشات ، وابداء الآراء •

حرية الصحافة فى ظل القانون :

وثمة ضمانة أخرى تتمثل فى حق كل مواطن فى ان يمارس حقوقه القانونية ازاء ما قد يراه من خروج على القانون فى مختلف صوره ، فقد أجازت المادة (٢٥) من قانون الاجراءات الجنائية لكل من علم بوقوع جريمة أن يبلغ النيابة العامة أو أحد مأمورى الضبط القضائى لاجراء التحقيق فيها •

وقياسا على هذا فانه يمكن للمواطنين الذين يرون افتئاتا من البعض على الآداب العامة أو الدين ، أو النظام العام أن يتقدموا بالبلاغ اللازم عنها للجهات المختصة التى لها أن تباشر ما تراه من تحقيق •

على أنه لا يمكن أن يترك هذا الباب مفتوحا دون قيود ، والا انهالت البلاغات والشكاوى فى كل صغيرة وتافهة مما يؤدى الى عدم الاستقرار ، لذلك فقد اشترط المشرع ضرورة تحقيق هذه البلاغات بوساطة جهة التحقيق المختصة ، وهى النيابة العامة •

أما من ناحية حماية الأفراد والهيئات ضد جرائم القذف أو السب أو ما يعتبر ضارا بأشخاصهم أو مصالحهم ، فان قانون العقوبات كفيل بكبح جماح الصحف والأقلام ذات الغرض أو الهوى فى هذا الشأن •

والواقع أن قانون العقوبات ، قد تضمن بابا كاملا ، هو الباب الرابع عشر خصصه للجنح التى تقع بواسطة الصحف وغيرها •

ومن مواد هذا الباب التى وضعت لحماية الآداب العامة ، المادة « ١٧٨ » (معدلة بالقانون رقم ١٦ الصادر فى ٢٤ فبراير سنة ١٩٥٢) ، والتى تنص على أن يعاقب بالحبس مدة لا تزيد على سنتين ، وبغرامة لا تقل عن عشرين جنيها ولا تجاوز مائة جنيه ، أو باحدى هاتين العقوبتين ، كل من صنع أو حاز مطبوعات أو مخطوطات أو رسومات أو اعلانات أو صورا اذا كانت منافية للآداب العامة •

كذلك حدد القانون مسئولية رؤساء تحرير الصحف[١] ، عن هذه الجرائم ، بأن اعتبرهم كفاعلين أصليين ، بمجرد النشر (المادة ١٧٨) مكرر عقوبات ٠

كما أن التعرض للعقوبات السابقة ، يمتد أيضا الى كل من صنع أو حاز صورا من شأنها الاساءة الى سمعة البلاد (نفس المادة « ثالثا ») ٠

وكذلك كل من أهان أو سب ، باحدى الطرق المتقدم ذكرها ، البرلمان (مجلس الشعب) ، أو غيره من الهيئات النظامية أو الجيش أو المحاكم أو السلطات أو المصالح العامة (المادة ١٨٤ عقوبات) ٠

ويتعرض أيضا لذات العقاب ، كل من نشر أخبارا كاذبة أو أوراقا مصطنعة أو مزورة أو منسوبة كذبا الى الغير ، اذا كانت تتصل بالسلم أو الصالح العام ، وذلك ما لم يثبت المتهم حسن نيته (المادة ١٨٨ عقوبات) ٠

وهكذا تضمنت هذه المواد ، وغيرها من نصوص هذا الباب من قانون العقوبات ضمانا أكيدا ضد انحراف الصحافة وافتئاتها على المصالح الخاصة او العامة ، وهو ضمان تشرف السلطة القضائية على توكيده وكفالته ٠

* * *

وفوق هذا ، ففى الوقت الذى أتاح فيه التنظيم الجديد للصحافة فى مجتمعنا الاشتراكى الديمقراطى جميع الضمانات لحريتها الكاملة ولانطلاقها من قيود التبعية والرقابة وسلطان الأجهزة الادارية والتنفيذية عليها ، أكد هذا التنظيم فى نفس الوقت خضوعها لسلطان ورقابة الشعب ٠ كما أتاح التنافس الحر بينها الفرصة لجميع الأقلام الحرة التى تتصدى لكل ما هو محل للنقد أو الرد على ما قد يتسرب الى صفحاتها من حين الى حين ، من آراء تستحق الرد أو النقد ٠٠ وهو أمر تقديرى على أى حال ٠

نظرة الى المستقبل :

هذا ٠٠ واذا كنا جميعا نحرص تمام الحرص على عدم الانتقاص أو النيل من حرية الصحافة فى مجتمعنا الاشتراكى الحديث ، فمن المعترف به — فى نفس الوقت — **ان الصحافة الوطنية ، لا زالت تعانى من بعض أدران الماضى**

---

(١) تنص المادة « ١١ » من المرسوم بقانون رقم « ٢٠ » لسنة ١٩٣٦ بشأن المطبوعات ، على أنه : « يجب أن يكون لكل جريدة رئيس تحرير مسئول يشرف اشرافا فعليا على كل محتوياتها ، أو جملة محررين مسئولين ، يشرف كل واحد منهم اشرافا فعليا على قسم معين من أقسامها » ٠

وانحرافاته وما ورثته بحكم التعود ، وبحكم التزاوج الفكرى بينها وبين التيارات الفكرية العالمية ومنها الصالح ومنها ما تنقله بعض الأقلام نقلا وتقلده تقليدا لا يتلاءم مع طبيعة بيئتنا وواقع تقاليدنا الراسخة وسمات مجتمعنا الاشتراكى .

ولقد سجل الرئيس الراحل جمال عبد الناصر عدة ملاحظات حيوية وخطيرة بشأن ما تتناوله الصحف من مشكلات وما تعالجه من موضوعات ، سواء من حيث المادة أو الأسلوب ، وأعلن سيادته هذه الملاحظات ، بصراحة ووضوح ، فى اجتماعه برؤساء تحرير الصحف فى ٢٩ مايو سنة ١٩٦٠ عقب صدور قانون تنظيم الصحافة سالف الذكر .

وقد أوضح فى مستهل حديثه هذا أن الصحافة أصبحت رسالة ، ولم تعد سلعة تجارية ، كما بين أن اجراء تنظيم الصحافة قد قام على : « **اقتناع أساسه طبيعة المجتمع اللى احنا بنبنيه ، والمجتمع اللى احنا بنعمل من أجله .. هذا المجتمع مجتمع جديد ، صورته مختلفة عن الصور السابقة .. واذن فان كل شىء فى هذه الدولة يجب أن يتناسق مع هذا المجتمع** » .

ثم استطرد قائلا فى تلك المناسبة واضعا معالم المجتمع الذى نريد أن نبنيه ، فقال :

« هذا المجتمع بالطبع مش مجتمع القاهرة ولا النادى الأهلى ولا نادى الزمالك ولا نادى الجزيرة ولا السهرات بتاع الليل .. أبدا مش هو ده اللى احنا عاوزينه .. مش هى دى بلدنا بأى حال من الأحوال .. بلدنا هى كفر البطيخ .. القرية .. أى قرية .. وأنا أقول كفر البطيخ كمثال .. لو تطلع على دمياط تلاقى بلد اسمها كفر البطيخ هى دى بلدنا .. هى دى نموذج بلدنا وهناك مشاكل بلدنا الحقيقية .. بلدنا هى كفر البطيخ .. اللى عاوز يكتب عن بلدنا يروح هناك ويشوف الناس اللى لابسين برانيط من قش الأرز طول النهار لكى يعيشوا .. دى بلدنا ، بلدنا ماهياش أبدا أن فلانه اطلقت أو فلانه اتجوزت ولا فلانه طلعت تجرى وراء فلان وسابت علان .. أبدا .. أنا اتكلمت فى ٢٣ يوليو الماضى عن هذا الموضوع بالذات ويمكن كنت أريد ألفت نظر الجرائد .. ولكن مع الأسف محدش فهم .. محدش فهم ماهياش دى بلدنا .. أنا مالى ان فلانه تجرى مع فلان أو علان .. هذا الموضوع مايهمنيش أنا بأى حال .. ولا يهم

الرجل الموجود فى القرية .. أنا كنت أفضل بدل الكلام عن هـذا النوع من السيدات أن يكتب عن العاملات مثلا .. فيه عاملات طلعوا يأكلوا عيش بعرق جبينهم ويكافحوا بشجاعة وشرف » .

ودعا فى تلك المناسبة أيضا رؤساء تحرير الصحف الى المشاركة فى الجهود المبذولة لابراز معالم المجتمع ، وحمل سيادته بشدة على اتجاهات الاثارة ، والاهتمام بالجرائم وموضوعات الجنس التى كانت متفشية فى الصحافة ، فقال :

« فى مرة من المرات قلت انه لا يمكن أن تطلبوا منى بأى حال من الأحوال انى أديكم صورة هذا المجتمع .. وكان رأيي ـ وطلبت فعلا منكم ـ أن كل واحد يشترك معنا بجهده فى آن يبرز معالم المجتمع ويقول لنا ايه الحلول لما يواجهنا من مشاكل .. ايه الحلول لمشاكلنا الحقيقية .. بنطلع نشوف القرى .. ازاى نصلح القرى ؟ .. ازاى نعمل على أن يكون فعلا عندنا مجتمع ترفرف عليه الرفاهية .. هذا المجتمع الذى نريده ، ليس أبدا مجتمع النوادى أو مجتمع الأخبار الصغيرة اللى بتكتب ، ولا تمثل أبدا وجه بلدنا الحقيقى . الكلام اللى يكتب بأن مليونير شرقى أخذ واحدة متجوزة وطلع بها .. أى واحدة متجوزة بييجى عليها هذا الكلام يعنى يمكن يمس واحدة واثنين وثلاثة أو أربعة والا لا ؟ .. أقول لكم بصراحة .. أنا معرفش ايه الحكمة فى هذا ؟ .. يا ترى التشويق ؟ .. ولكن هذا الكلام قطعا بيأثر على المجتمع .. بيأثر على الأسرة التى هى أساس المجتمع عندنا .. احنا نتكلم عن تدعيم الأسرة وفيه أبحاث عن تدعيم الأسرة كتبت .. وفيه حاجات عن تدعيم الأسرة اتعملت .. لكن بنيجى من ناحية ثانية بنهد هذه الأسرة لما نتكلم عن الجنس مثلا .. أنا لا أظن أن أى مجتمع نظيف بيشجع على أن نتكلم عن الجنس .. تيجى الجرائد مثلا باستمرار تبين الناحية الجنسية .. ليه الصور الكاريكاتير المكشـوفة دى ؟ .. ايه فايدتهـا فى بناء مجتمعنا ؟ .. يمكن بتوزع عشر نسخ زيادة ولكن قطعا بتهد مجتمعنا .. الصور الكاريكاتيرية اللى بتمثل الزوجة على أنها خاينة لأنها حاطة ثلاثة فى الدولاب .. ده أيضا مش مجتمعنا » .

ولم يغفل الرئيس فى هذا الاجتماع الهام برؤساء تحرير الصحف عن أن يشحذ فيهم الهمم للاتجاه نحو النقد البناء فى الصحافة العربية . وبعـد أن استعرض صـورا غريبة للانتقادات غير الموضـوعية والمنافية لطبيعة المجتمع الحديث الذى نبنيه ، قال سيادته :

« أرجع لموضوع الانتقاد ٠٠ لا بد أن يكون فيه انتقاد ، ولكن انتقاد بناء وفيه مواضيع كثيرة بناءة طلعت عن الجمعيات التعاونية وعن أزمة المساكن وعن الوحدات المجمعة وعن الاصلاح الزراعى كلها أظهرت عيوب وكانت بتعتبر كلها مواضيع بناءة » ٠

« ٠٠٠ كذلك واجب الصحافة تكشف الفساد ٠٠٠ كل مجتمع به رشوة ٠٠٠ كل مجتمع ممكن أن تبدأ فيه عناصر تعمل على أن تنحرف بهذا المجتمع ٠٠٠ كل هذا موجود فى البلد ٠٠٠ ولن أستطيع أن أخلص على هذه العناصر ــ ولا اللى بعدى ولا اللى بعده ــ لأن هذه سنة الكون ٠٠٠ لكن احنا نستطيع أن نوقفها بقدر امكاننا ٠٠ أنتم عليكم رسالة كبيرة بحيث انكم تبينوا هذه الأمور يعنى تشوفوها أو توضحوها ٠

فيه ناس كتير فى البلد بتفهم ــ فيه ناس بتفهم فى الاشتراكية أساتذة فى الجامعة كاتبين كتب تبحث فى التطور الاجتماعى ــ واحنا ما دام بنقول عاوزين مجتمع اشتراكى ديمقراطى تعاونى يجب أن تكون صحافتنا تعمل فعلا على جذب الناس واشتراكهم فى المجتمع الاشتراكى الديمقراطى التعاونى ٠ طبعا صور الممثلين والممثلات وموش فاهم ايه ــ فطبعا ماحدش يكره أن يشوف صورة كويسة ٠٠٠ محدش يكره يشوف فى مجلة صورة كويسة ولكن متطلعش المجلة كلها صور ممثلين وممثلات ومقالة واحدة بتتكلم فى الأمور الخارجية والداخلية » ٠

* * *

هذا بعض ما جاء فى حديث رئيس الجمهورية وقتئذ الى رؤساء تحرير الصحف ، وبعض ما حواه هذا الحديث الهام من توجيهات صائبة لدور الصحافة العربية بعد أن أعيد تنظيمها وانتقلت ملكيتها للشعب ٠

ولا شك أنه بتكامل ملامح مجتمعنا الاشتراكى الناشىء ، وبانقراض الصور الموروثة عن المجتمعات القديمة وزوالها ، سواء فى المجتمع ذاته ، أو بين أصحاب الاقلام والصحفيين ، سوف يفرض على الصحافة ــ فرضا ــ التخلى عن هذه الأدران والتخلق بخلق المجتمع الجديد ، اذ لن تجد بعد سوقا رائجة لبضاعتها الفاسدة ، فلا بد أن تقلع عنها ٠

عهد الشرف الصحفى :

ولعله من المناسب ، فى هذا المقام ، أن نذكر رجال الصحافة بأنهم ملتزمون بعهد الشرف الصحفى الذى أصدرته لجنة حقوق الانسان التابعة للأمم المتحدة ،

اذ أنه يعد فى الواقع من الالتزامات المهنية لحماية شرف المهنة ، والارتفاع بها الى مستوى المجتمع الاشتراكى النظيف • **وفيما يلى نصوص هذا العهد :**

مادة (١) :

يجب على رجال الصحافة والاعلام أن يبذلوا كل ما فى وسعهم لتزويد الجمهور بالأنباء الصحيحة المطابقة للحوادث التى وقعت وأن يتحققوا من صحة المعلومات التى يحصلون عليها وألا يغفلوا أى حادث مهم أو يشوهوا الوقائع عمـــدا •

مادة (٢) :

تتطلب المزاولة الشريفة للمهنة الصحفية الاخلاص للمصلحة العامة ، ولذلك يجب على الصحفيين أن يتجنبوا السعى وراء منفعتهم الشـخصية ، أو تأييـد المصالح الخاصة المتعارضة مع المصلحة العامة أيا كانت الأسباب والدوافع •

فالافتراء والتشهير المتعمد ، والتهم التى لا تستند الى دليل ، وانتحال أقوال الغير ، كل ذلك يعد أخطاء مهنية خطيرة •

وخلاص النية ازاء الجمهور يعتبر أساسا للصحافة المحترمة الجـديرة باسمها • وكل نبأ يتضح كذبه وضرره بعد اذاعته يجب تصحيحه على الفور طواعية • كما يجب صياغة الشائعات والأشياء التى تفتقر الى الاثبات فى قالب يتسم بطابعها الحقيقى •

مادة (٣) :

يتحتم على رجال الصحافة والاعلام ، ألا يقبلوا لأنفسهم أو يكلفوا غيرهم ، بأعمال لا تتفق مع أمانة المهنة وكرامتها ، ويجب أن تسرى هذه القـواعد على جميع الذين يشتركون فى الأعمال الاقتصادية والتجارية التى تتصل بالمهنـة الصحفية ، ولا بد للمشتغلين باذاعة الأنباء وكتابة التعليقات أن يتحملوا كامل المسئولية المترتبة عليهـا ما لم يرفضـوا صراحة ومقـدما تحمل المسئولية • ولكل من تمسه تهمة فى أخلاقه أو سمعته ، الحق فى تيسير الرد على هذه التهمة التى قد ترد فى الأنباء أو التعليقات ، اذ يجب أن يكون احترام الناس قاعدة من قواعد المهنة الصحفية •

ولا يجوز التعرض لحياتهم الخاصة أو المساس بسمعتهم الا اذا اقتضت ذلك المصلحة العامة .

ومن واجب الصحفي الاحتفاظ بسرية المصادر التي يستقى منها الانباء ، اذ أن الأنباء والمعلومات التي تصرح بها بعض المصادر بصفة سرية لرجال الصحافة ، تسرى عليها سرية المهنة الصحفية التي ينبغي الاستمساك بها الى أقصى حدود القانون .

مادة (٤) :

يجب على الصحفيين الذين يريدون الكتابة والتعقيب على الحوادث التي تقع في بلاد غير بلادهم ، أن يحصلوا على معلومات تتيح لهم الكتابة والتعليق على هذه الحوادث بانصاف وصدق .

مادة (٥) :

بمقتضى المبدأ الذي يقوم عليه هذا العهد ، تقع المسئولية في كفاية احترام المهنة وشرفها على رجال الصحافة والاعلام لا على الحكومات ، ومن ثم لا يجوز تفسير أية مادة من مواد هذا العهد على نحو يسوغ تدخل الحكومات أيا كان هذا التدخل لتنفيذ الالتزامات الواردة في وثيقة هذا العهد .

وأخيرا .. فان الالتزام بالمبادىء القويمة والأسس السليمة التي وردت تفصيلا في الميثاق يعد خير الضمانات جميعا للوصول بالصحافة الى المستوى المرغوب فيه ، وسموها عن طائلة النقد والتجريح .

* * *

والخلاصة أن الصحافة في مجتمعنا الاشتراكي الديمقراطي تتمتع بحقوق معينة وتقع عليها واجبات معينة أيضا ؛ وهذا على النحو التالي :

اولا :

ان الصحافة في مجتمعنا الاشتراكي الديمقراطي ليست جهازا تابعا للحكومة ، كما أن الصحافة لا تخضع قانونا لرقابة الحكومة ولا لسلطانها . وهذا أساس راسخ من أسس ديمقراطيتنا ، نسبق به كثيرا من الدول .

ثانيـا :

أكد دستور ٢٥ مارس سنة ١٩٦٤ ، ثم دستور مصر الدائم الصادر فى سنة ١٩٧١ ، حرية الصحافة فى حدود القانون فى كلمات محددة واضحة تقول :

« حرية الصحافة والطباعة والنشر مكفولة فى حدود القانون » •

وقد جاء فى المذكرة التفسيرية للقانون رقم ١٥٦ لعام ١٩٦٠ أن الصحافة جزء من التنظيم الشعبى الذى لا يخضع للجهاز الادارى ، وانما هى سلطة توجيه ، شأنها فى ذلك شأن غيرها من السلطات الشعبية ، كمجلس الشعب •• أى أن هذا القانون اعتبر الصحافة احدى السلطات العامة فى الدولة •

ثالثـا :

اذا كان الميثاق والدستور والقانون رقم ١٥٦ لسنة ١٩٦٠ قد أحاطت الصحافة بكل هذه الحرية ، لكى تقوم بعملها البناء فى خدمة الوطن **فان هناك ضوابط رئيسية وضمانات أساسية منعا لاحتمالات الانحراف فى الصحافة •**

فمن المسلم به ابتداء أن ما يكتب فى الصحافة يعد فى كثير من الأحيان عملا تقديريا ، فما يراه البعض غير صالح للنشر ، قد يراه البعض الآخر صالحا ولا يحتاج الى أى تعديل أو منع من النشر ، ومع هذا فان الضمانات الرئيسية لعدم الانحراف هى :

١ ــ ان تعدد الصحف وتعدد الأقلام التى تكتب فيها وتمثل مختلف اتجاهات الرأى العـام يؤلف فى حـد ذاته ضمانا هاما واكيـدا لمنع ونبـذ الانحرافات ، وبذلك يتصدى الرأى للرأى والكلمة للكلمة من اجل تكوين رأى عام حر سليم •

٢ ــ ان تنظيمات الاتحـاد الاشتراكى تكفلت ايضا بمنع الانحراف ، فينص قانون الاتحاد الاشتراكى العربى على ان لكل عضو عامل الحق فى ان يوجه الانتقادات التى يرى أنها كفيلة برفع مستوى تنظيمات الاتحاد الاشتراكى العربى ومنها الصحافة ، وكذلك للاتحاد الاشتراكى سلطة منح او سحب العضوية من اى عضو عامل فى الصحافة ، وبذلك تكون هناك سلطة شعبية عليا على جميع العاملين فى الحقل الصحفى •

٣ ـ كثيرا ما تنتقد الصحافة أجهزة الحكومة نقدا بناء • ولكن اذا حدث ان كانت هناك اخبار او معلومات نشرت فى الصحافة ووجدت الحكومة أنه من الضرورى ان تصحح هذه الأخبـــار فان الحكومة تلجأ الى اصـــدار البيانات الرسمية من وزارة الاعلام لتنشر المعلومات الصحيحة لتصحيح ما سبق نشره •

وهذا ما سمح به قانون المطبوعات على أساس أن تلتزم الصحافة بنشر هذه البيانات الرسمية •

٤ ـ هناك ضمانة هامة لمنع الانحراف ، هى أنه يمكن لأى مواطن أن يبلغ النيابة العامة عن أى انحراف ، ومن حق النيابة العامة تحريك الدعاوى ضـــد الصحافة أمام القضـــاء ، وبذلك تكون هنـــاك ضمانات قانونية لمنع أى انحراف وفى الوقت نفسه تكون حرية الكلمة مكفولة فى حدود القانون ، ومن هذا يبين ان هناك مسئولية قانونية أمام القضاء عن كل انحراف يكون جريمة فى حكم القانون • وهى مسئولية يقع عبء تحريكها على النيابة العامة التى تمثل الشعب فى المطالبة بتطبيق القوانين الجنائية •

٥ ـ أما من ناحيـــة الأفراد والهيئات فانه اذا ما نشر فى الصحافة ما يعد من جرائم القذف او السب ، أو ما يعتبر ضـــارا بأشخاصهم أو مصـــالحهم فان قانون العقوبات كفيل بمنع هذه الجرائم •

الفصل السادس عشر

الاعلام والدعاية ... فى المعركة

اذا كانت حرية الصحافة قد ظلت عنصرا هاما من عناصر نضال أمتنا فان حرية الوطن الآن ، وفى هذه المعركة المصيرية ، هى أعظم أمانة يمكن أن تحملها أجهزة الاعلام والدعاية بصفة عامة .

انه فى كل يوم .. بل فى كل ساعة .. بل فى كل دقيقة تحمل أجهزة الحرب النفسية المعادية الاسرائيلية والاستعمارية بصفة مستمرة عشرات الكلمات بل مئات الألفاظ المقروءة والمسموعة والمرئية ، وهى جميعا تعمل كفرقة موسيقية فى جميع أنحاء العالم : اذاعات ووكالات أنباء وصحف وعملاء ... الجميع يعملون ويتكلمون ويكتبون بل ينفقون ملايين الجنيهات من أجل شىء واحد هو هدم جبهتنا الداخلية .

ونحن جميعا ، رجال الاعلام والصحافة والاذاعة ووكالات الأنباء ، نقوم ليس فقط بالرد عليهم ، بل بدأنا فعلا بالحرب النفسية الهجومية على اسرائيل نفسها عن طريق الاذاعة الموجهة الى اسرائيل وعن طريق عشرات من الاذاعات المصرية – تذيع ٣٤ لغة مختلفة – موجهة للعالم لكشف اسرائيل والاستعمار .

ان الأمة العربية تواجه اليوم أقسى امتحان فى تاريخها كله منذ قيامها حتى اليوم .. انها تواجه امتحان المصير والوجود . ففى أعقاب ٩ يونيو ١٩٦٧ ، كان ديان منتظرا لمكالمة تليفونية تخبره أن شعب مصر قد قبل شروط الاستسلام ، ولكن لما لم يقبل ولن يقبل الشعب المصرى شروط اسرائيل والاستعمار بدأت علينا حملة نفسية مسعورة ضد الجبهة الداخلية .

ان هدف الاستعمار والصهيونية أمس واليوم وغدا هو هدم الجبهة الداخلية وانهيار مصر قلب العروبة .

ان اسرائيل والاستعمار يحاربوننا ليس فقط بالطائرات أو المدافع أو الصواريخ بل يحاربوننا في معتقداتنا ٠٠ فى اقتصادنا ٠٠ فى انتاجنا ٠٠ فى قيادتنا ٠٠ فى حريتنا ٠٠ بل فى نفوسنا ٠٠ انهم يحاربوننا بسلاح خطير هو سلاح الكلمة ـ المقروءة والمسموعة والمرئية ٠

انهم يأخذون كلامنا الصريح الواضح أو بعض المواد التى نكتبها فى صحفنا أو نقولها فى اذاعتنا أو المناقشات الحرة التى تدور فى مؤسساتنا الديمقراطية ليفسروها تفسيرا خاطئا وينشروها فى اذاعاتهم وصحافتهم وكذلك فى الصحف العميلة التى تصدر عنهم ٠٠ واسرائيل تتلاعب دائما بالواقع من أجل السيطرة على عقول البشر ٠٠ انها تعزف كفرقة موسيقية قوامها أكثر من ٨٨٩ صحيفة صهيونية فى العالم ٠٠ وكذلك تصدر هذه الحملة النفسية فى غير الصحف وفى غير الاذاعات المختلفة ووكالات الأنباء ٠٠ بل ان الحملة يستخدم فيها عملاء ٠

وللأسف الشديد هناك صحف عربية اسما وعميلة فعلا تصدر فى بعض الدول العربية الشقيقة ناطقة بما تنطق به اسرائيل وأمريكا ٠٠ ان هؤلاء الصحفيين العرب اسما وأعداء العروبة أصلا وفعلا أعداء لنا ٠٠ اننا نعرفهم جيد بأسمائهم وسيمائهم ٠

ولقد سجل التاريخ دائما أن من يتطاول على مصير أمة العرب فانه دائما يخسر مصيره هو ٠

ومن الغريب أيضا أنه ضمن الحملة النفسية ضدنا نجد اسرائيل ترسل عملاءها الى مصر فى الصيف الماضى وقد ضبطنا هؤلاء العملاء ٠٠ بعد أن منعنا المواد الاعلامية التى كانت تستفيد منها اسرائيل دائما جاءوا ووزعوا منشورات عن حرية الصحافة فى مصر ٠٠ أخذت اسرائيل تتباكى على حرية الصحافة فى مصر ٠٠ وفى الحقيقة أنها تطلب حرية اعطاء المعلومات عن مصر ٠٠ وتساعدها فى ذلك أمريكا ٠٠ فأمريكا لا تعمل فقط من أجل المحافظة على كيان اسرائيل بل تعمل من أجل هدم الكيان العربى كله تحت وطأة التوسع الاسرائيلى ٠

هذا كلام لا نقوله نحن ٠٠ بل يقوله رجالات أمريكا فى الكتب التى ينشرونها ٠٠ لهذا يجب ألا نسكت أو نغمض العيون ٠

لقد استفاد العدو قبل ٥ يونيو ١٩٦٧ كثيرا مما نشر ٠ وحسبى دليلا على ذلك ما قاله ديان « لقد استفدنا مما نشر فى صحف الأعداء ٠٠ فعن طريق ذلك حددنا توقيت الهجوم على المطارات المصرية ٠٠ فى الساعة التاسعة صباحا » ٠٠

ذلك أنه نشرت بعض المقالات قبل حرب ١٩٦٧ عن حياة ضباط الطيران فى الميس (أى مكان راحة الضباط وتناول طعامهم) ونشر أن جميع الضباط الكبار والصغار يلتقون معا فى روح عائلية حول مائدة الصباح الساعة السابعة صباحا .

وهناك عشرات المعلومات التى عرفها العدو عنا نحن .. قدمناها له بدون قصد .. وكان هو يضم المعلومة الى الأخرى .. ليكون موضوعا متكاملا عنا يحاربنا به فى أجهزة دعايته ..

بل من الغريب أنه كان ممنوعا من التداول فى مصر الكتب الاسرائيلية .. كان من الممنوع أن يعرف الشعب المصرى بعض المعلومات عن اسرائيل وأهدافها وقواتها واستراتيجيتها بينما كانت كل المعلومات عنا تنشر فى صحفنا واذاعاتنا .. بينما المعلومات التى يجب أن نعرفها عن اسرائيل لم تكن تنشر علينا ..

لقد كانت مصر مفتوحة كلية للعدو قبل ٥ يونيو ١٩٦٧ فأخذ يعرف كل شىء عنا .. بينما نحن لم نكن نعرف أقل شىء عنه ..

انه درس تعلمناه ..

ان هذه الملاحظة يجب أن تكون دستورا للذين ينسون بسرعة حالة الأمس .. فالذى ينسى أمسه لا يمكن أن يبتسم له غده ..

يجب ألا ننسى أرواح شهدائنا وألا ننسى دموعنا ودموع أمهاتهم وأخواتهم من أبناء الوطن .. بسبب معلومات قدمت للعدو بحسن قصد أو سلامة نية فى النشر ..

ومن الحمق الذى ما بعده حمق أن نقع فى نفس ما وقعنا فيه بالأمس ..

لقد قال الله تعالى « ان الله لا يغير ما بقوم حتى يغيروا ما بأنفسهم » ..

اننا اليوم نبنى أنفسنا بأنفسنا معتمدين بعد الله على قوتنا وعزيمتنا .. فلا نريد أن تنشر الصحف ما يباعد بيننا وبين أهداف أمتنا .. وهى حرية هذه الأمة وتحرير أرضها ورد حقوقها ..

والصحافة تمثل فى مرحلتنا الحالية عنصرا هاما من عناصر المعركة الاعلامية التى نخوضها جنبا الى جنب مع معاركنا السياسية والعسكرية والاقتصادية .

ومن الضرورى ما دمنا نتحدث عن واجبنا ازاء المعركة أن نتبين موقف عدونا الاعلامى والأهداف التى يسعى اليها ٠٠

فاسرائيل والقوى الصهيونية تسيطر سيطرة كاملة على أغلب وسـائل الاعلام والنشر ٠ فالى جانب سيطرتها الكاملة على أغلب وكالات الأنباء العالمية فان لها ٨٩٠ جريدة ومجلة تنطق باسمها أو تسير وفق مخططاتها ٠٠ وفى مراكز التأثير العالمية مثل نيويورك ولندن وباريس وروما وبرلين وغيرها تسيطر اسرائيل والقوى الصهيونية على الصحافة العالمية عن طريق التأثير الاقتصادى واستخدام الاعلام فى توجيه سياسة هذه الصحف وعن طريق التغلغل الوظائفى على كافة المستويات فى أجهزة هذه الصحف والمجلات ، وهناك أمثلة كثيرة على استخدام وسائل الضغط والارهاب ضد الدور الصحفية والعاملين بها الذين لا يعملون وفقا للمخطط الصهيونى ، فهناك مثلا الضغط الذى تمارسه القوى الصهيونية على محطة الاذاعة البريطانية ، هـذا الضغط الذى أدى الى طرد أحـد المعلقين الرئيسيين بسبب تعاطفه مع القضية العربية ٠ ومثال آخر هو الضغط الذى مارسته نفس هذه القوى ضد صحيفة التايمز البريطانية عندما سحبت مقال العلاقات الخاصة بين أمريكا واسرائيل بعد أن ظهر فى طبعات الجريدة الأولى وأوقف التعامل مع كاتبه بعد ذلك ٠٠ أى أن اسرائيل وقد فرضت الرقابة منذ عام ١٩٤٨ لا تمـارس هذه الرقابة على نفسها فقط بل تمارسها على كبريات الصحف فى العالم ٠٠

وفى بريطانيا وفرنسا نجد أن ٩٠٪ من الصحف والمجلات المحلية تتعاطف مع اسرائيل وتسـتخدم وزنها العالمى وسعة انتشارها لنشر ما يسيىء الينـا أو تستخدمه فى محاولة التأثير على الروح المعنوية لجماهيرنا ٠ هذا بالاضافة الى الصحف الاسرائيلية المباشرة مثل « الجويش ابزيرفر » و « الجويش كرونيكل » و « نيوميدل ايست » التى تؤدى نفس الدور بوجه علنى ٠ بل ان بعض الصحف العميلة التى تصدر فى بعض الدول العربية تشارك فى الحملات الموجهة يوميا ضدنا وتعتبر وسائل وأدوات رئيسية للاستعمار فى قلب عالمنا العربى ٠

اهداف الحرب النفسية الموجهة ضدنا :

١ ـ تحطيم وحـدة الجبهة الداخلية لشعبنا باعتبار أن هذه الجبهة هى صخرة الصمود التى تتحطم عليهـا كل المحـاولات الاستعمارية والصهيونية ٠

٢ ـ بث اليأس والشك بين أفراد الشعب وخاصة بين قواته المسلحة فى امكانية تحقيق النصر أو جدوى الصمود ٠

٣ ـ العمل على التشكيك فى مواقفنا السياسية الواضحة بهدف النيل من وحدة الصف العربى ، وموقف الأصدقاء الذين يقفون معنا نفس المواقف ٠

٤ ـ التشكيك فى القيادات التى تتصدى الآن لأعظم المسئوليات التاريخية فى حياة أمتنا وحياة الأمة العربية ، بهدف زعزعة الثقة فيها على نحو يمكن القوى المعادية من تحقيق أهدافها لضرب ثورتنا وآمال الشعب وقواه العاملة التى تقوم بأعظم حركة بناء شهدها وطننا فى تاريخه الطويل ٠

٥ ـ كذلك توجه الحرب النفسية التى يشنها العدو ضدنا الى صميم المبادىء والقيم التى كانت وما زالت عدتنا الى النصر ٠٠

٦ ـ تصوير الشعب العربى بصورة غير كريمة أمام دول العالم واظهار اسرائيل بأنها من القوة بحيث لا تهزم ٠

ان العدو ومن يقفون معه يدركون أن الحرب الحديثة لم تعد مجرد مواجهة عسكرية مسلحة بل هى أيضا صراع بين الآراء والمبادىء والقيم والمعنويات وأن النيل من ذلك هو أهم الخطوات على طريق الصراع الكبير ، وان الانتصار فيها يمهد لما بعد ذلك ٠

من هذا يبين مدى خطورة وأهمية الآراء والأنباء والتعليقات التى تنشر عن طريق الصحافة ووسائل الاعلام الأخرى ومدى ما يمكن أن تؤديه من دور فى المعركة المصيرية التى نخوضها ٠٠ ان ما ينشر بالوعى والادراك السليم لأبعاد الموقف يمكن أن يخدم المعركة وأن يهزم العدو الذى قد يجد فيما ننشره ، بحسن نية ، بعض ما يغذى به حربه النفسية ، فيتلقف خبرا من هنا أو تعليقا من هناك أو واقعة معينة يستخرج منها ما يفيده للتشكيك فى مواقفنا وفى صمودنا وفى جدية تصميمنا على خوض معركة تحرير الأرض ، ويقدم على هذا دليلا زودناه به نحن بأيدينا دون أن نحسب لذلك حسابا ... والدليل على

ذلك هو ما ينشر عنا كل يوم فى الصحف العالمية المعادية ، وفى الصحف العميلة ، من أنباء وتعليقات تعتمد على ما ينشر فى بعض الصحف من آراء أو تعليقات ٠٠ خاصة أن من أساليب الحرب النفسية الحديثة أنهم يجمعون كل ما ينشر أو يذاع فى بلد ما ثم ينشرونه فى كتيبات يوزعونها على أبناء هذا البلد موضحين بها اضطراب الأحوال الاقتصادية والاجتماعية والسياسية منسوبا للصحف والكتابات والاذاعات الصادرة عنها وتاريخ النشر والاذاعة ليبينوا حالة هذا الشعب بأفواه وأقلام كتابه ومعلقيه الذين نشروا وأذاعوا بياناتهم بسلامة وحسن نية ٠٠

وهذا أسلوب يتبعه أساتذة الحرب النفسية الأمريكيون والصهيونيون ويسمونه « الحقائق والأرقام » «Facts and figures» ٠٠

ويحضرنى هنا ما صرح به موسى ديان من أن اسرائيل قد برهنت على أنها أقوى فى ميدان الحرب النفسية منها فى ميدان العمليات العسكرية ، منذ أن بدأت شن هذه الحرب النفسية سنة ١٩٧٠ ٠

ولقد كان جديرا بالذكر أن أشير هنا الى أن أبا ايبان وزير خارجية اسرائيل يصور أهمية الحرب النفسية فيقول : « ان سياستنا تقوم على بث روح اليأس وروح الأمل ، اليأس فى امكان محاربتنا أو الوقوف أمامنا ، والأمل فى امكان الصلح معنا والوصول الى حل وسط » ٠

وتذكر مجلة الرأى العام الأمريكية ــ وهى مجلة علمية ــ فى عددها الصادر فى سنة ١٩٧٠ أن اهتمامات اسرائيل منذ نهاية حرب ١٩٦٧ ليست أغراضا عسكرية انما هى أغراض نفسية ، وقد برهنت اسرائيل على أن قوتها فى الحرب النفسية أقوى من قوتها فى العمليات الحربية التى شنتها منذ ١٩٦٧ ٠

ذلك يوضح لنا مدى خطورة المسئولية التى تضطلع بها الصحافة فى زمن الحرب وفى الأوقات المصيرية ٠٠٠ انها تستطيع أن تقود الجماهير بالعقل والوجدان الى مواقف الصمود والقوة والنصر ٠٠٠ لهذا يجب ألا تعطى مادة ليستخدمها العدو ضدنا فى أجهزته الكثيرة المنتشرة فى شتى أنحاء العالم ٠٠

هناك مسئولية تقع على الصحافة نص عليها الدستور الدائم الذى أكدت المادة ٤٨ منه حرية الصحافة ٠٠٠ ففى حالة الحرب أو الطوارىء يجب أن تراعى سلامة الأمن القومى وذلك وفقا للقانون ٠٠

وليس هذا الاستثناء غريبا أو متنافيا مع مبدأ الحرية ، لأن حرية المواطن مستمدة من حرية الوطن الذى يعتدى عليه العدو فى زمن الحرب ، وهو مبدأ أخذت به كافة دول العالم ، ففى اسرائيل مثلا ومنذ سنة ١٩٤٨ فرضت رقابة شئون الأمن القومى على كل الصحف ، وتتسع هذه الشئون فتشمل الى جانب المسائل العسكرية الشئون الاقتصادية والسياسية والمسائل المتصلة بعدد المهاجرين القادمين الى اسرائيل .

ويعمل فى مكاتب الرقابة الاسرائيلية ضباط من الجيش فى الخدمة الفعلية أو الاحتياط . ويعين وزير الدفاع الرقيب العام من شعبة المخابرات ، كما يمارس رؤساء تحرير الصحف الرقابة الذاتية أيضا فيما ينشر من آراء وتعليقات يرون أنها تتصل بشئون الأمن من قريب أو بعيد .

وقد صرح رئيس تحرير معاريف - كما جاء فى مقال بعنوان الرقابة على الصحافة فى اسرائيل نشر فى Military Review - بأن محررى الصحف اليومية فى اسرائيل يفضلون النظم الرقابية الحالية على أن يقرروا بأنفسهم نشر المواضيع المتعلقة بالأمن القومى .

وفى الولايات المتحدة الأمريكية ، بالنسبة لحربها فى فيتنام ، تعتبر الرقابة من مسئوليه القائد الميدانى . وبالرغم من تصريحات المسئولين الأمريكيين بعدم وجود رقابة فقد ثبت أن أخبارا كثيرة حبست عن الرأى العام ولم تنشر الا عندما كشفت عنها مصادر أخرى .

وفى انجلترا كان تشرشل فى أثناء الحرب العالمية الثانية يضع بنفسه العناوين الرئيسية للمسائل التى تمس الأمن وتطور الحرب بهدف المحافظة على معنويات الشعب البريطانى لمواصلة النضال ضد أعدائه. وكان يتصل بنفسه وعن طريق معاونيه بالصحف للالتزام بالخط الذى يراه صالحا يوما بيوم لخدمة المعركة . ولقد سارت الصحافة البريطانية بتوجيه كامل من القيادة السياسية والتزمت بالتركيز على ما تراه الدولة من أجل النصر .

فى الحرب العالمية الثانية كان تشرشل يصدر يوميا توجيهات لكل الصحف لكى تسترشد بها من أجل عدم استغلال العدو لمادة الصحف البريطانية .

وقد حدث قبل الحرب العالمية الثانية مباشرة أن قام مجلس العموم بحملة عنيفة قادها مستر تشرشل نفسه - وكان فى المعارضة - ضد المستر تشمبرلن رئيس الوزراء البريطانى بسبب سياسته التى أدت الى ضعف البحرية وعدم قيادته للمملكة البريطانية بحكمة مما أدى الى اعلان الحرب ودخول بريطانيا ضعيفة فيها ... وسقط تشمبرلن وتولى بعد ذلك المستر تشرشل رئاسة الوزارة واذا بأعضاء مجلس العموم يوجهون هجوما عنيفا الى تشمبرلن ويطالبون بمحاكمته ويذكرون وقائع كثيرة . فاذا بالمستر تشرشل رئيس الوزراء البريطانى نفسه الذى كان قبل اعلان الحرب يهاجم تشمبرلن ، يقف ويعلن أن بريطانيا فى حالة حرب وقال قولته « اننا اذا جعلنا الحاضر قاضيا على الماضى وأخطائه وذكرنا هذه الأخطاء فان العدو سيستفيد منها .. وعندئذ يضيع منا المستقبل » ووافق المجلس على عدم ذكر أى شىء يستفيد منه العدو .

وفى الاتحاد السوفييتى يضمن الدستور حرية التعبير والنشر لجميع العاملين بالصحافة ... غير أنه يوجد نظام للرقابة على الأنباء والتعليق والنشر فيما يتصل بالأسرار العسكرية أو أمن البلاد القومى .

ومن هذا يبين أن مبدأ الحرية بالنسبة للصحافة هو مبدأ أساسى معترف به دوليا . كذلك فان هناك اتجاها عاما أخذت به دول الشرق والغرب على السواء ، يقضى بفرض حظر النشر فى زمن الحرب ، أو وقت الطوارىء لحماية سلامة الدولة وأمنها ، حتى لا تنشر أسرار القوات المسلحة والأمور المتصلة بالأمن القومى على نحو يفيد منه العدو ويضر بسلامة البلاد .

وفى مصر كانت الصحف المصرية قبل عام ١٩٦٠ ملكا لبعض الأفراد وكانت تساندها الأحزاب الحاكمة قبل الثورة ، وكانت تعتمد على رؤوس الأموال التى تمدها بها المصالح الرأسمالية والاقطاعية وقد فرض ذلك على الصحافة الالتزام بهذه المصالح وعدم نشر ما يتفق مع وجهة النظر المعارضة لهذه المصالح ، وأصبحت الحرية فى الواقع هى حرية فئة قليلة تتحكم فى توجيه الرأى العام وفق أهوائها ومراميها .

لهذا صدر القانون رقم ١٥٦ لسنة ١٩٦٠ بتنظيم الصحافة وانتقلت بموجبه ملكية كبريات الصحف الى الشعب . وقد عبر الميثاق عن هذا التحول الخطير ومغزاه فى الباب الخامس منه .

وعنى بيان ٣٠ مارس سنة ١٩٦٨ بتأكيد الصلة بين الحرية الاجتماعية والحرية السياسية ٠

وفى برنامج العمل الوطنى الذى قدمه الرئيس أنور السادات فى ٢٣ يولية سنة ١٩٧١ فى أعقاب ثورة التصحيح تأكدت هذه المبادىء ٠

واذا كان البعض يرى ضرورة التدخل لمنع نشر الأفكار والأنباء حماية للمعتقدات ولمنع تسرب أنباء غير صحيحة الى الجماهير فان هناك وجهة نظر أخرى جديرة بالاعتبار ، تتمثل في اختلاف التقدير بالنسبة لما يصح نشره أو لا يصح . فما يراه البعض غير صالح للنشر قد يراه البعض صالحا ٠

ولا شك أننا جميعا ندرك أن ممارسة الحرية تستلزم الاعتراف والاحترام المناسب لحقوق الآخرين وحرياتهم وتقدير المتطلبات الأساسية للنظام العام وما تدعو اليه الأخلاق والقيم المتعارف عليها فى المجتمع ٠ فلا حرية بلا مسئولية ٠

ويهمنى فى مجال تقدير الدولة للصحافة أن أشير الى التوجيه الذى أصدره السيد رئيس الجمهورية والذى أكد به ما ينبغى أن يتوافر للصحفى من شعور بالاطمئنان والحرية ـ وأعنى بذلك القرار الذى صدر باعادة الصحفيين الذين نقلوا الى أعمال أخرى غير صحفية الى صحفهم لازالة كل الأسباب التى تتعارض مع الشعور بالاطمئنان والحرية ، هذا الشعور الذى لا غنى عنه للصحفى ليؤدى عمله على أكمل وجه ٠

كذلك تركت الدولة لرؤساء تحرير الصحيفة حق الترخيص للصحفيين بالسفر الى الخارج فى مهام تتصل بعملهم ، دون حاجة الى صدور قرار بذلك من الوزير المختص ٠

ان الحرية تمثل قاعدة أساسية من قواعد نضال شعبنا ٠٠٠ وان الصحافة بما تؤديه من دور نضالى تقف دائما فى مقدمة الصفوف التى تشارك فى كسب أخطر معاركنا ٠٠٠ حدث ذلك عندما قامت الثورة ، وعندما خاضت معاركها ضد سياسة الأحلاف والاحتكارات العالمية ، وفى معركة ١٩٥٦ ٠

ان ثورة التصحيح التى قادها الرئيس محمد أنور السادات قد فتحت أوسع الأبواب للحريات ولسيادة القانون ٠ والدولة تلتزم بهذه المبادىء ايمانا منها بأنه لا يمكن تحرير الكلمة الا بتحرير كاتبها ٠

ولا يفوتنى ، فى هذا الصدد ، أن أنوه بالنتائج التى أسفرت عنها سياسة الحرية والانفتاح على العالم ممثلة فيما نلمسه الآن من تحول كبير فى الرأى العام العالمى وادراكه السليم لأبعاد قضية الشرق الأوسط وسياسة العدوان والتوسع التى تنتهجها اسرائيل ، وانعكاس ذلك فى المؤسسات الدولية وفى التصريحات التى تصدر عن رجال السياسة وقادة الفكر فى شتى أنحاء العالم وآخرها القرار الذى أصدره مؤتمر القمة الافريقى والذى صدر بالاجماع وبدون أية تحفظات... ذلك القرار الذى يتضمن فقرات جديدة محددة للضغط على اسرائيل وادانتها ..

◎ ان هناك حقا للشعب..هو حقه فى أن يعلم كل شىء بصدق وبكل وضوح..

◎ وهناك حق للشعب أيضا فى أن نحميه ونحصنه ضد الحملات النفسية الموجهة اليه من الصهيونية والاستعمار تمكينا له من تحرير أرضه وتحقيق حرية الوطن .. مصر .

◎ اننا نؤمن أن اخفاء الحقائق عن الشعب يعتبر اعتداء على حق الشعب .

وأخيرا ، أسوق الاعتبارات العامة التالية :

◎ اننا نؤمن أن حرية الكلمة المسئولة أمر مقدس ، كما نؤمن أيضا بأن حرية اعطاء العدو معلومات يستخدمها ضد جبهتنا الداخلية جريمة لا تغتفر .

◎ ان هدفنا هو أمن المواطن وحياته وسلامة الوطن واستمراره .

◎ ان فى طليعة دعائم صمودنا المعنوى محاربة الشائعات والأخبار الكاذبة وعدم اعطاء العدو أى معلومات يستغلها ضدنا .

◎ ان هدف العدو هو تحطيم معنوياتنا والامعان فى التشكيك بوحدتنا وصمودنا ..

◎ ان ايماننا بحقنا لم يتزعزع ولن يتزعزع ... كما أن اعدادنا للمعركة لم يتوقف ولن يتوقف .. كذلك فان تعلقنا بأرضنا لم يتغير ولن يتغير .

◎ ان الحرية هى قدس الأقداس .. الحرية ليست شعارا وليست عنوانا . الحرية هى أن نربح كل يوم عملا من أجل معركتنا لتحرير أرضنا .. الحرية

هى تقدمنا ··· هى ازدهارنا ··· اننى كمصرى لا أرتضى أن يذاع أو ينشر ما يسىء الى سمعة البلاد وكرامتها ، أو ما يستغله الأعداء ضد حرية هذا الوطن ·

- ان اسرائيل تحاول أن تستغل حريتنا فى مناقشة شئوننا الداخلية سواء فى صحفنا ، أو اذاعاتنا ، أو مؤسساتنا الدستورية الديمقراطية ··· لهذا فاننى لا أرتضى لأى شخص ولا يرتضى هو لنفسه أن تستغل أقواله أو شخصه استغلالا يهز أمامنا الرؤية ·

- اذا كان العدو الصهيوني — الأمريكي يظن أنه يستطيع اطفاء نور الحرية والقضاء على حرية الوطن ، فانه واهم ··

* * *

وفي الختام ، أذكر قول الله سبحانه وتعالى :

« يريدون أن يطفئوا نور الله بأفواههم ويأبى الله الا أن يتم نوره ولو كره الكافرون » ·

(صدق الله العظيم)

محتويات الكتاب

القسم الأول
استعراض تاريخى للاعلام والدعاية

صفحة

القسم الثانى
المبادىء العامة للاعلام والدعاية

صفحـة

صفحة

صفحة

القسم الثالث
نماذج من الاعلام والدعاية

صفحـة

القسم الرابع
دراســة تطبيقية

